



**Universidad**  
Zaragoza

# TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

Proyecto: Enganchados al patrimonio  
Project: Hooked on cultural heritage

Autor: Ana Torres Aragón

Directores: María del Carmen Morte García y Pedro Luis  
Hernando Sebastián

Facultad Filosofía y Letras  
Máster Universitario en Gestión del Patrimonio Cultural  
Universidad de Zaragoza 2020-2021

# ÍNDICE

1.CONTEXTO DEL PROYECTO .....	2
1.1. ANTECEDENTES .....	2
1.2. FINALIDAD.....	3
1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	3
1.4 POLÍTICAS CULTURALES .....	5
1.5 ORGANIZACIÓN GESTORA.....	5
1.6 DIAGNÓSTICO TRANSVERSAL.....	6
2.DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DEL PROYECTO.....	7
2.1 DESTINATARIOS.....	7
2.2 CONTENIDOS.....	7
2.3 OBJETIVOS .....	8
2.4 LÍNEAS ESTRATÉGICAS .....	8
2.5 ACTIVIDADES.....	9
2.6 MODELO DE GESTIÓN .....	15
3. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO .....	15
3.1 PLANIFICACIÓN. CRONOGRAMA .....	15
3.2 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS .....	16
3.3 INFRAESTRUCTURAS .....	16
3.4 COMUNICACIÓN .....	17
3.5 FINANCIACIÓN Y PRESUPUESTO.....	17
4. PROCESO DE EVALUACIÓN .....	18
5. BIBLIOGRAFÍA .....	20
6. ANEXOS.....	22
WEBGRAFÍA.....	22
Anexo 6.1. Declaración BIC en la categoría de conjunto Histórico .....	23
Anexo 6.2. Análisis territorial .....	24
Anexo 6.3. Mapa .....	24
Anexo 6.4. Informe Histórico Artístico.....	25
Anexo 6.5. Subvención.....	35
Anexo 6.6. ....	37
Anexo 6.7. Plan estratégico de comunicación para la marca.....	38
Anexo 6.8. Presupuestos .....	48
Anexo 6.9. Evaluación.....	53
Rúbrica.....	53
Modelo de encuesta de evaluación del proyecto .....	55

# 1.CONTEXTO DEL PROYECTO

## 1.1. ANTECEDENTES

El proyecto *Enganchados al patrimonio* surge a partir de propuestas anteriores del Plan Integral del Casco Histórico para dinamizar el barrio de San Pablo de Zaragoza. Estas se han centrado en convertir el barrio en un núcleo de actividades artesanales y culturales relacionadas con la música con el objetivo de dar solución a los problemas de degradación y exclusión social que sufre el barrio y los habitantes de San Pablo. Algunos de estos como el Espacio Las Armas han sido exitosos y se mantienen en la actualidad. Sin embargo, consideramos que estas medidas han funcionado para atraer a gente de fuera al barrio por lo que nuestro proyecto busca un nuevo enfoque que incluya de manera directa a la población local.

Otro de los proyectos en los que nos hemos inspirado para la elaboración del propio es la Carrera del Gancho, organizada por la Fundación Federico Oznam. Esta se lleva celebrando desde el año 2004 como un proyecto de dinamización social y cultural para impulsar la convivencia intercultural y mejorar la cohesión social mediante la fiesta como elemento común de todas las culturas.

Finalmente, nos hemos basado en proyectos similares que forman parte de la lista de ejemplos prácticos de Culture 21, en diferentes artículos científicos y congresos sobre el uso didáctico del patrimonio cultural y estudios, como el realizado en Minas de Riotinto acerca de la educación patrimonial como medio para la inclusión social. Para cumplir nuestro objetivo, se ha tomado como ejemplo el proyecto Harinera zgz y dentro del propio barrio, en la forma de gestión del centro Social Luis Buñuel, que se centran en la cultura comunitaria y cuentan con la participación ciudadana y asociaciones vecinales.

## **1.2. FINALIDAD**

Nuestro proyecto tiene como finalidad integrar a jóvenes en riesgo de exclusión social en la vida vecinal del barrio de San Pablo, empleando la educación patrimonial multicultural como elemento cohesionador y de dinamización.

## **1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO**

### **- ANÁLISIS TERRITORIAL**

El proyecto se realizará en el barrio de San Pablo de la ciudad de Zaragoza, el cual forma parte de la Junta Municipal Casco Histórico, situada en el centro de la ciudad. El Centro Histórico de la ciudad inicia la incoación de su Catalogación como Conjunto Histórico en 1979 y finalmente es declarado Bien de Interés Cultural en 2003, por lo que se trata de una zona protegida, bajo la ley 3/1999 de Patrimonio Cultural Aragonés (ver anexo 6.1).

El número de habitantes de este distrito es de 47.085 habitantes y los indicadores establecen que se trata de población envejecida, levemente rejuvenecida con la llegada de población extranjera joven. Esta supone el 25% de la población extranjera de la ciudad, uno de los distritos con mayor número junto Delicias y cuyos países de origen son Rumanía, Marruecos, Nicaragua, Argelia y China entre otros (ver anexo 6.2).

En cuanto al barrio de San Pablo, este alberga una superficie de 35'71 Ha que delimita por el norte con el paseo Echegaray Caballero y la ribera del Ebro, al este con las murallas romanas, al sur por Conde Aranda y al oeste con la Plaza Europa. Respecto al nivel económico del barrio, se trata de uno de los barrios que menor renta por persona presenta, con una gran tasa de dependencia, paro y exclusión social. Asimismo, hay un gran porcentaje de abandono escolar, degradación urbanística y problemas de delincuencia y prostitución.

Por otra parte, el barrio cuenta con una gran variedad de patrimonio y equipamientos culturales donde se realizan exposiciones, conciertos y talleres. Su carácter multicultural y de sentido de barrio es apoyado por el entramado asociativo vecinal, de distintas asociaciones y otros voluntarios, comercios y centros públicos, que colaboran de manera desinteresada en diversas actividades como las fiestas del barrio o mercadillos. Por último, la zona también

cuenta con una gran oferta de comercio local y artesanal por lo que contamos con oportunidades culturales, económicas y sociales (ver anexo 6.3).

- ANÁLISIS SECTORIAL

El sector principal de nuestro proyecto es el de la gestión del patrimonio cultural por lo que la principal competencia sería la empresa Serendipia. Sin embargo, el proyecto también se puede abarcar desde otros sectores como las artes plásticas o visuales, artes escénicas, la música o la cultura popular, pues todos estos forman parte del patrimonio cultural. Es por esto por lo que también pueden participar del proyecto otros agentes culturales y asociaciones artísticas y educativas como Imaquinaria, el Colectivo llámalo H, la fundación Federico Oznam. o la parroquia de San Pablo, que también organiza conciertos y evento. En cuanto a la fundación Federico Oznam, esta ha llevado a cabo proyectos similares, como el proyecto Cadeneta de Intervención Educativa a la infancia y juventud, el CSJ San Pablo o la Carrera del Gancho. Por otro lado, empresas como Gozarte o Zootropo realizan visitas guiadas por el barrio en los que se divulga el valor patrimonial del barrio.

La gestión actual de estos proyectos está a cargo del Ayuntamiento de Zaragoza y el área de cultura, así como de la oficina del Plan Integral del Casco Histórico. Muchos de los edificios patrimoniales no se encuentran abiertos al público, sino que son utilizados por otros servicios como colegios, residencias o centros sociales. El Ayuntamiento desde sus políticas internas se encarga del mantenimiento y la divulgación de estos, junto con agentes vecinales del barrio.

Con este proyecto se pretende una mejora de la situación del barrio por lo que otros sectores como la cultura, la restauración y el comercio se verían beneficiados por el proyecto.

En conclusión, se trata de un barrio con una ubicación excelente y gran potencial tanto cultural como comercial, lo que facilita el desarrollo de nuestro proyecto y que pueda llegar a convertirse en un nuevo núcleo de cultural para la ciudad.

## **1.4 POLÍTICAS CULTURALES**

Existen numerosas subvenciones dadas por la Unión Europea, así como ayudas ofrecidas desde el Ministerio de Cultura, la Consejería de Cultura de Aragón y la diputación y ayuntamiento de Zaragoza.

Cabe destacar la labor del PICH (Plan Integral del Casco Histórico), como órgano encargado de revitalizar el barrio, presentando proyectos sociales tanto educativos y culturales, siguiendo la línea 1 de “Participación, convivencia y cohesión social”. Se trata de una iniciativa de emprendimiento social desde el Trabajo Social Comunitario que reconocen la necesidad de impulsar programas culturales y consolidar encuentros y ciclos ya existentes.

## **1.5 ORGANIZACIÓN GESTORA**

La organización gestora tiene como forma jurídica una Sociedad Limitada llamada Cividia S.L. Esta empresa se crea con el fin de dar un servicio de integración social a los jóvenes en riesgo de exclusión social del barrio de San Pablo, empleando para ello el patrimonio cultural como elemento de cohesión. La empresa se creará tras la concesión de una subvención del Gobierno de Aragón.

La administración de la sociedad corresponde a Ana Torres Aragón, elegida por la Junta de socios formada por dos personas. La responsabilidad de la Sociedad recae de forma equitativa en ambos socios, teniendo así el mismo peso. Respecto a la organización y toma de decisiones se llevará a cabo por la junta de socios mediante reuniones periódicas, y procesos de votación en el que será necesario obtener una respuesta unilateral.

Somos gestores de patrimonio cultural, interesados en la puesta en valor y difusión del patrimonio, con una extensa formación y vocación. Nos definimos como una empresa comprometida con la sostenibilidad, con la igualdad y con la accesibilidad universal, prestando especial atención a los ODS 4 (educación de calidad), 5 (igualdad de género) y 10 (reducción de las desigualdades). Además, creemos firmemente en la necesidad de mantener los valores propios del patrimonio que gestionamos o de nuestros proyectos (ver anexo 6.4).

## 1.6 DIAGNÓSTICO TRANSVERSAL

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca experiencia en el sector.</li> <li>- Poca formación en el ámbito del trabajo social.</li> <li>- Dependencia del Ayuntamiento y otras subvenciones.</li> <li>- Desinterés del público al que va destinado el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento del barrio y su entorno por parte del equipo.</li> <li>- Formación interdisciplinar en la gestión del Patrimonio.</li> <li>- El valor patrimonial del barrio debido a su multiculturalidad.</li> <li>- Declaración de Bien de Interés Cultural.</li> <li>- Buen funcionamiento de asociaciones y fundaciones socioculturales del barrio</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que no haya mejoría en la inclusión de los participantes.</li> <li>- Falta de asistencia de los participantes.</li> <li>- Gran oferta de empresas de gestión cultural más asentadas en esta zona.</li> <li>- Difícil acceso a gran parte del patrimonio cultural, que se encuentra bajo gestión privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe una gran oferta cultural en el entorno.</li> <li>- Barrio muy rico en patrimonio cultural.</li> <li>- Entramado asociativo y vecinal fuerte.</li> <li>- Gran identidad de barrio.</li> <li>- Cercana a la zona más turística de la ciudad.</li> <li>- Amplia oferta educativa.</li> </ul>

## 2.DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DEL PROYECTO

### 2.1 DESTINATARIOS

<b>DESTINATARIO</b>	Público escolar de 12 a 18 años.
<b>Denominación</b>	Jóvenes de diversos sexos, nacionalidades, culturas y etnias.
<b>Características</b>	Contamos con jóvenes en situación de marginalidad o riesgo de exclusión social, por lo que las actividades serán gratuitas. Serán 3 actividades que tendrán lugar dentro de un aula, así como en las calles y equipamientos culturales del barrio. Los talleres se realizarán en diferentes lugares de la ciudad.
<b>Motivaciones y necesidades</b>	Conocer el barrio en el que habitan y su patrimonio de manera inclusiva e intercultural para que aprendan a respetar y cuidar su propio patrimonio, así como de participar en las ofertas culturales existentes.

### 2.2 CONTENIDOS

En este proyecto se pretende dar una educación patrimonial básica, así como de la propia cultura del barrio de San Pablo desde una perspectiva local y multicultural. El proyecto va a girar en torno a los valores del barrio (histórico-artístico, documental y socio-cultural), con los que los participantes puedan sentirse identificados de manera que estos formen parte de su propia identidad. Se hará un especial hincapié en este último, destacando el musical, artesano y festivo del barrio. Por último, se contará con los equipamientos culturales del barrio y con la participación vecinal y de asociaciones para fomentar una educación cívica e integradora que favorezca la cohesión e inclusión social.



## **2.3 OBJETIVOS**

Generales:

1. Proporcionar la integración social de jóvenes marginales mediante una educación patrimonial e intercultural.
2. Sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia del patrimonio y su cuidado.

Específicos:

3. Favorecer la convivencia entre vecinos mediante actividades culturales.
4. Fomentar la participación de los destinatarios de las diferentes ofertas culturales del barrio y la ciudad.
5. Formar una identidad de barrio más fuerte, multicultural e inclusiva.

## **2.4 LÍNEAS ESTRATÉGICAS**

- Haciendo uso de asociaciones, talleres y equipamientos locales.
- Prestando atención a los ODS.

## 2.5 ACTIVIDADES

Para este proyecto, hemos diseñado cuatro actividades que responden a los objetivos mencionados anteriormente.

### **Actividad 1:** Clases de formación básica

<b>Nombre</b>	“Mesa redonda del patrimonio”
<b>Objetivo</b>	1, 2, 3, 4 y 5
<b>Breve descripción</b>	<p>Se trata de unas clases donde se introducen unos conocimientos básicos acerca del patrimonio y el propio barrio de San Pablo y sus valores. Las clases pretenden ser participativas, mediante preguntas que hagan reflexionar a los alumnos. Debido a la variedad de culturas por parte de los asistentes, se buscarán paralelismos y diferencias acerca de la concepción de patrimonio de los alumnos, y se buscarán ejemplos propios de cada cultura, relacionándola con la existente en el barrio. También se pedirá a los alumnos que pregunten por estos mismos aspectos a familiares y vecinos de diferentes edades y culturas para ampliar aún más esta visión.</p> <p>La clase pretende ser dinámica por lo que girará en torno a la observación, investigación y discusión. Para ello, se emplearán recursos electrónicos para apoyar las clases, se permitirá el empleo de tablets a los alumnos para que busquen información y se pondrán en común las conclusiones para llegar a una reflexión final conjunta en clase. De la misma manera, se harán debates para reflexionar acerca de los temas tratados en clase, empleando el patrimonio como un recurso más dentro de la educación para la ciudadanía.</p> <p>Algunos de los aspectos a tratar serán:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conceptos de patrimonio e identidad. Tipologías de patrimonio (histórico, artístico, etnológico, tecnológico, documental, etc.), relación de este con la identidad de las personas y conservación.</li><li>2. Historia del Barrio de San Pablo, estudio en profundidad de sus monumentos, valores y tradiciones.</li><li>3. Debates reales acerca del patrimonio: vandalismo, restauraciones, destrucción de éste en conflictos bélicos, etc.</li></ol>
<b>Destinatario destacado</b>	Público joven de diferentes etnias, culturas y nacionalidades.

<b>Lugar</b>	Centro Municipal de Música y Danza
<b>Tiempo</b>	120 min
<b>Recursos humanos necesarios</b>	Un profesor encargado de dar la clase.
<b>Recursos de infraestructura</b>	Aula con sillas, tablets para cada alumno, un proyector y altavoces.
<b>Requisitos organizativos previos y durante la actividad</b>	<p>La persona encargada de impartir las clases deberá preparar el contenido con anterioridad, asegurarse del buen estado del espacio y equipamiento, mediar con los participantes que pueden hacer propuestas acerca del contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del contenido por parte de la empresa.</li> <li>• Elaboración de material publicitario.</li> <li>• Compra de equipamiento.</li> <li>• Elaboración de informes acerca del progreso.</li> </ul>
<b>Distribución espacio y tiempo</b>	<p>La actividad se producirá en el interior de un aula. Esta tendrá los asientos y mesas colocados en forma U, incluyendo al profesor, de forma que se genere un buen ambiente de debate, pero en el que se pueda ver con facilidad.</p> <p>El orden del contenido irá variando. Comenzaremos con los conceptos básicos y la historia y valores del barrio de forma general. Se irá entrando en detalle con ejemplos específicos, alternando la teoría con la práctica en la actividad 2. Los debates serán constantes durante la duración de la actividad.</p>
<b>Asignación de tareas</b>	La organización gestora se encargará de la creación de contenido para las clases, contando con el profesor encargado en impartirlas, el cual también actúa como intermediario de los alumnos.
<b>Difusión específica de la actividad</b>	En nuestras redes, página web, prensa y medios de comunicación y carteles publicitarios en colegios públicos del barrio, centros sociales como Luis Buñuel, ludoteca Cadeneta o Centro de Juventud San Pablo, Ayuntamiento de Zaragoza, cipaj, etc.

<b>Presupuesto concreto de la actividad</b>	Salario del profesor, alquiler del aula, tablets, electricidad, seguro.
---	---

**Actividad 2:** Itinerario didáctico del patrimonio de San Pablo.

<b>Nombre</b>	“Conócete, Conócelo”.
<b>Objetivos</b>	1, 2, 3, 4 y 5
<b>Breve descripción</b>	<p>Se trata de visitas a diferentes monumentos, equipamientos culturales y comercios tradicionales del barrio, poniendo en práctica los contenidos abordados en la actividad 1. Los lugares que forman parte del itinerario son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes de Interés Cultural: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Iglesia de San Pablo</li> <li>○ Teatro del Mercado</li> <li>○ Mercado Central Lanuza</li> <li>○ Casa de Mariano Cerezo</li> <li>○ Colegio Escuelas Pías</li> <li>○ Sociedad Municipal de Rehabilitación Urbana</li> <li>○ Iglesia de las Facetas</li> <li>○ Antiguo IES Luis Buñuel</li> <li>○ Casa de Amparo</li> <li>○ Centro Social Virgen del Pilar</li> <li>○ Palacio de los Duques de Villahermosa</li> <li>○ Escuela Municipal de Música y Danza</li> <li>○ Escuela de La Golondrina</li> </ul> </li> <li>• Equipamientos culturales. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El sótano mágico.</li> <li>○ Sala Oasis.</li> <li>○ Espacio Las Armas.</li> <li>○ Centro de Documentación del Agua y el Medio Ambiente (CDAMAZ)</li> <li>○ Asociación Vecinal Lanuza Casco Viejo</li> <li>○ Posada de las almas</li> </ul> </li> <li>• Comercios tradicionales. Dentro de estas, destacan los famosos comercios de: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Primitivo Gil (palomitas del Pilar)</li> <li>○ Charcutería B. Montón</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Churrería el jalón</li> <li>○ Farmacia San Pablo</li> <li>○ Almacenes Moncayo</li> <li>○ Bodegas Perdiguer</li> <li>○ Antiguo hotel San Blas</li> <li>● Arte urbano que forma parte del festival Asalto.</li> </ul>
<b>Destinatario destacado</b>	Público joven de diferentes etnias, culturas y nacionalidades.
<b>Lugar</b>	Barrio de San Pablo
<b>Tiempo</b>	50-90 minutos
<b>Recursos humanos necesarios</b>	1 profesor, guías, vecinos del barrio.
<b>Recursos de infraestructura</b>	Ninguno.
<b>Requisitos organizativos previos y durante la actividad</b>	Previamente se habrá trabajado en clase el contenido que se va a ver en la visita, la reserva y compra de entradas si es necesario, y se habrá llegado a un acuerdo con los vecinos para que participen en el proyecto.
<b>Distribución espacio y tiempo</b>	<p>El espacio será el Barrio de San Pablo y los lugares mencionados. Se irán alternando visitas guiadas en las que se pueda acceder al interior, con las impartidas por la Asociación Vecinal Lanuza Casco Viejo, el profesor o los vecinos que participen. Las visitas de exterior se irán realizando de cara a mayo o junio, cuando las condiciones climáticas sean más favorables. Por último, la visita del arte mural coincidirá con la celebración del festival Asalto.</p> <p>En cuanto a la duración de las visitas, estas tienen una duración de entre 50 a 90 minutos, por lo que se hará una reflexión final conjunta con el profesor acerca de lo aprendido durante la visita en las aulas para llegar a los 120 minutos.</p>
<b>Asignación de tareas</b>	El profesor se encarga de acompañar a los participantes durante las visitas. La organización gestora se encargará de la compra de tickets, organización y

	elección de los lugares, así como de las distintas asociaciones que van a participar de las visitas.
<b>Difusión específica de la actividad</b>	En nuestras redes, página web, prensa y medios de comunicación y carteles publicitarios en colegios públicos del barrio, centros sociales como Luis Buñuel, ludoteca Cadeneta o CJ San Pablo, Ayuntamiento de Zaragoza, cipaj, etc.
<b>Presupuesto concreto de la actividad</b>	Salario del profesor, compra de entradas, seguro.

Algunas de estos lugares ofrecen visitas guiadas, pero la gran mayoría son de propiedad privada o municipal por lo que no ofertan visitas. Se contará con la Asociación Vecinal Lanuza Casco Viejo para realizar una visita guiada del barrio, donde se recorrerán estos edificios. Aquellos que no sean visitados durante esta se realizarán en otra salida realizada por el profesor.

### **Actividad 3: Talleres locales**

<b>Nombre</b>	Talleres artísticos y musicales
<b>Objetivos</b>	1, 2, 4 y 5
<b>Breve descripción</b>	<p>Se trata de varios cursos teórico-prácticos relacionados con el mundo de la artesanía, el arte mural y la música. El fin de estos es adquirir un conocimiento más técnico de sobre aspectos tratados en clase, desde un punto de vista más lúdico. También se pretende un fomento de habilidades sociales y desarrollo creativo por parte de los alumnos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller de cerámica (Nuscaa cerámica)</li> <li>• Espacio de libre creación (festival Asalto)</li> <li>• Endanza (Danzas de aquí y allá)</li> </ul>
<b>Destinatario destacado</b>	Público joven de diferente sexo, nacionalidad, cultura y etnia

<b>Lugar</b>	Antiguo Matadero de Zaragoza, Calle San Blas, CSC Luis Buñuel
<b>Tiempo</b>	60-90 minutos.
<b>Recursos humanos necesarios</b>	El profesor que acompañe a los alumnos para reforzar los aspectos que se quieran tratar y las personas encargadas de impartir el taller.
<b>Recursos de infraestructura</b>	Un lugar amplio donde llevar a cabo el taller de Endanza (posiblemente el aula multiusos del CSC Luis Buñuel u otra estancia del CJ San Pablo). El resto de las actividades se llevarán a cabo en sus propias infraestructuras.
<b>Requisitos organizativos previos y durante la actividad</b>	Contactar y contratar al profesor del curso o taller, preparar el material necesario para el taller, así como las instalaciones. Gestionar las reservas y pagos de estos más el transporte pertinente para llegar al Antiguo Matadero de Zaragoza y CC Salvador Allende.
<b>Distribución espacio y tiempo</b>	El taller de arte mural coincidirá con la celebración del festival asalto. El resto de talleres se irán intercalando con el resto de actividades.
<b>Asignación de tareas</b>	La persona que imparte el taller se encargará de dar las explicaciones teóricas y prácticas, el profesor habitual se encargará del acompañamiento de los alumnos y de hacer comentarios pertinentes para relacionar el contenido con el dado en actividades previas. Otra persona se encarga de las reservas de plazas y compra de lo necesario.
<b>Difusión específica de la actividad</b>	En nuestras redes, página web, prensa y medios de comunicación y carteles publicitarios en colegios públicos del barrio, centros sociales como Luis Buñuel, ludoteca Cadeneta o CJ San Pablo, Ayuntamiento de Zaragoza, cipaj, etc.
<b>Presupuesto concreto de la actividad</b>	Salario del profesor, precio del taller, material del curso, el transporte y el seguro.

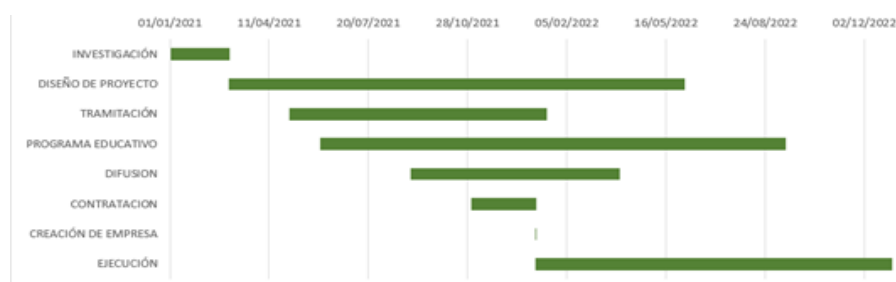
## 2.6 MODELO DE GESTIÓN

El proyecto *Enganchados al patrimonio* está realizado por la empresa Cividia S.L. Se trata de una sociedad limitada con un capital inicial de 3.000 euros por socio y con una administración única que corresponde a la socia Ana Torres Aragón. El objetivo social de la empresa es la puesta en valor y gestión del patrimonio, así como creación de actividades didácticas relacionadas con el patrimonio cultural. La duración de la sociedad es indefinida y el ejercicio se cierra en diciembre.

El proyecto objeto de este trabajo, tiene una fecha de inicio de enero de 2022 pero se pretende que sea sostenible y pueda mantenerse de forma indefinida en el tiempo e incluso ampliar el proyecto en un futuro a otros barrios como el de la Magdalena.

## 3. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

### 3.1 PLANIFICACIÓN. CRONOGRAMA



La empresa Cividia S.L. se crea en enero de 2022, no obstante, el diseño del proyecto comienza 10 meses antes del inicio de este. Se emplearán 2 meses de investigación previa, y unos 3 meses para el diseño del proyecto. Este se presentará a convocatorias de subvenciones autonómicas en mayo (Plan Estratégico de Subvenciones 2020-2023 del departamento de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón) coincidiendo con el diseño del programa educativo y posibles modificaciones del proyecto. La difusión del proyecto comenzará 4 meses antes, pero continuará una vez se inicie este. Finalmente, una vez concebida



la subvención y realizados todos los trámites y licencias necesarias, se creará la empresa en enero dando comienzo al proyecto (Ver anexo 6.5).

## **3.2 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS**

En cuanto a la organización gestora, esta cuenta con dos graduados en diferentes disciplinas. Una historiadora y un historiador del arte, ambos gestores del patrimonio cultural.

Por último, se contrata a un profesor para que imparta las clases. No todos los socios trabajan activamente en el proyecto una vez iniciado el mismo.

Entre las actividades necesarias encontramos algunas de carácter más administrativo como pueden ser: la gestión de las redes sociales y la web, la tramitación de reservas y pagos, tareas administrativas, revisión de correos, contratación de seguros, contratación de empresas y organizaciones externas para llevar a cabo las actividades 2 y 3 y compra de material y equipamientos. Estas tareas recaerán sobre uno de los socios.

Por otro lado, otro socio se encargará del diseño del proyecto, sus actividades y contenido que abordar en clases, así como diseño de otros proyectos y actividades externas a este proyecto, junto con la persona de prácticas.

Por último, el profesor se encargará de impartir las clases, acompañará en las visitas y talleres, tomar los datos para los informes mensuales y se encargará de evaluación final del proyecto.

## **3.3 INFRAESTRUCTURAS**

En cuanto a las infraestructuras necesarias para este proyecto, hemos llegado a un acuerdo de cesión de espacio de Centros Cívicos por parte del Ayuntamiento de Zaragoza. El precio del alquiler está recogido en la normativa municipal Nº 27 Precios Públicos por prestaciones de servicios y realización de actividades (Ver anexo 6.6). Se alquila una grande equipada con sillas, mesas, proyector, altavoces y un espacio donde almacenar el equipamiento técnico de la organización gestora. Los talleres de la actividad 3 se llevarán a cabo en los espacios de las propias empresas, a excepción del taller de Endanza. Para ello, el Centro Social Comunitario Luis Buñuel nos prestará el aula multiusos. También contaremos con esta aula el 28 de noviembre para realizar la conferencia de presentación del proyecto.

### **3.4 COMUNICACIÓN**

Nuestro propósito es reposicionar la identidad de marca del barrio como lugar de gran valor patrimonial, haciendo énfasis en lo etnológico y multicultural. De esta manera se refuerza la imagen anterior del barrio como espacio especializado en actividades artesanales, culturales y de ocio relacionadas con la música, pues queda incluido en nuestra premisa. No obstante, con este reposicionamiento, se pretende buscar una imagen más favorable del barrio, que en los últimos años se advierte como lugar peligroso y descuidado.

Para lograr este reposicionamiento, se ha creado un plan de comunicación que consiste en la creación de un logo corporativo, una página web y otras redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, donde se difundirá información sobre la historia del barrio y su valor patrimonial, sus habitantes, y su carácter artesanal y popular. También se expondrá el proyecto y se harán carteles promocionales que publicitarán el proyecto en colegios, centros municipales y asociaciones vecinales, de manera que atraigan a los vecinos a participar de este. Por último, se realizarán una presentación en los que se inviten a profesionales de la Universidad de Zaragoza en la materia del patrimonio cultural, la pedagogía y el trabajo social, así como autoridades del Ayuntamiento de Zaragoza o la casa de las culturas que puedan interesarse en el proyecto y participar de él (Ver anexo 6.7).

### **3.5 FINANCIACIÓN Y PRESUPUESTO**

Para la realización del presupuesto se ha tenido en cuenta que resulta necesaria la concesión de la subvención de 50.000€ recibida por parte del departamento de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón.

La socia Ana Torres aportará los 3.000€ de capital social necesarios para la formación de la empresa. Con estos comprará las tablets por el precio de 1100€, quedando 1900€ en efectivo.

Con relación a los gastos mensuales, estos se resumen en el alquiler de dos mesas de despacho en un espacio de coworking por el precio de 130€ mensuales de alquiler. Por otra parte, la instalación donde se lleva a cabo el proyecto supondrá un gasto mensual de 312€.

El sueldo del socio es de 1200€ al mes, y se contrata al otro socio el cual trabaja 6 horas al día (30 horas semanales) por el precio de 800€ al mes. Por último, el profesor será contratado y cobrará 480€ para impartir 3 clases a la semana a 3 grupos de 10 alumnos. Los meses de julio y agosto no se lleva a cabo el proyecto por lo que no se cuenta con el gasto del alquiler del equipamiento ni con el trabajador que imparte las clases.

De manera puntual, se cuenta con otros gastos de las determinadas actividades. La mayor parte de las visitas didácticas serán gratuitas, a excepción de la visita guiada de la Iglesia de San Pablo, que tiene un coste de 5€ (155€ por 31 personas). En cuanto a los talleres, el de Endanza es gratuito, al igual que el del mural del festival Asalto. No obstante, la entrada al recinto de dicho festival es de 3€ (93€ por la entrada de 31 personas), a lo que se suma el transporte que supondrá un gasto de 68€. El taller más costoso será el de artesanía, que supondrá un gasto de 1050€ (35€ por 30 personas). Por último, los meses de enero, febrero, julio y agosto se gastarán 100€ en publicidad.

El presupuesto final del proyecto sería de 47.874'5€, que con el cierre del ejercicio se generaría de un beneficio de 2.125'50 euros. A continuación, se presenta el balance de situación de *Enganchados al patrimonio* (Ver anexo 6.8).

## 4. PROCESO DE EVALUACIÓN

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Nuestro sistema de evaluación se trata de una serie de informes y rúbricas a nivel interno y de encuestas a nivel externo mediante las cuales obtendremos la información necesaria con el fin de conocer los resultados del proyecto, si se han logrado los objetivos fijados o qué hacer para conseguirlos. Igualmente, se analizará el propio funcionamiento de la organización gestora. A raíz los resultados, se llegarán a unas conclusiones que nos permitirán tomar decisiones para modificar o reconducir los aspectos que sean necesarios. Nuestro sistema de evaluación se llevará a cabo a partir de varios métodos.

#### **- Evaluación interna:**

La evaluación del proyecto se irá llevando a cabo durante el desarrollo de este por parte del profesor. Este hará seguimiento de los avances del alumnado, si muestran más interés, participan más o hacen propuestas de actividades. El profesor debe hacer un informe donde

exhiba los resultados al resto del equipo, que se reunirá mensualmente hasta que finalice el proyecto. Se trata de hacer un seguimiento continuo para llegar a un mejor resultado global.

Igualmente, se hará una evaluación cuando finalice el primer año del proyecto, donde se recoge toda la documentación anual, así como las encuestas de evaluación externa para valorar el progreso. Toda esta información se evaluará en una rúbrica con indicadores cuantitativos y cualitativos y otros indicadores que deberemos valorar. (Ver anexo 6.9).

**- Evaluación externa:**

En cuanto a la evaluación externa, se realizarán encuestas a los profesionales de las actividades 2 y 3, así como diferentes asociaciones de vecinos y organizaciones municipales que darán su opinión acerca de si han notado mejoría respecto a la inclusión de los participantes y su implicación con el barrio.

También se contará con trabajadores sociales profesionales que opinen acerca del proyecto y su evolución. No se descarta contratar los servicios de estos para reforzar o mejorar el proyecto si fuera necesario.

Por último, los propios alumnos que participan en el proyecto evaluarán los contenidos dados en clase, las visitas y los talleres realizados durante el curso, así como sugerencias de contenido para las clases o las actividades a realizar el curso que viene (ver anexo 7.0.). De este modo, los participantes que realicen la encuesta entrarán en el sorteo de una tablet.

**Objetivos de la evaluación:**

1. Mejorar el proyecto en próximas ediciones
2. Reorientar el método empleado en el proyecto para lograr los objetivos deseados y optimizar los recursos empleados para ello.
3. Ampliar el rango de actuación y exteriorizar las actividades fuera del barrio para una mayor implicación con el resto de la ciudad.
4. Mejorar las instalaciones y hacer el proyecto más sostenible en el tiempo.

**Resultados cuantitativos y cualitativos**

En cuanto a los resultados **cuantitativos** realizaremos un seguimiento en las reuniones periódicas de: el número de alumnos que participan en el proyecto, su asistencia a las clases y

actividades, visitas a la página web, seguidores redes sociales, número de inscripciones a los cursos-talleres, número de colegios que nos han visitado. Respecto a los resultados **cualitativos** evaluaremos:

- En la rúbrica: el cumplimiento de los objetivos, adecuación de contenidos, cumplimiento de las líneas estratégicas, adecuación de las actividades, el plan de comunicación, la interacción entre el equipo y la gestión del proyecto.
- En las encuestas que realizaremos a los usuarios: el nivel de satisfacción, el interés del alumnado, la adecuación del contenido a la materia impartida, el desarrollo de las visitas y talleres, la oferta de visitas y talleres, las condiciones del espacio, el equipamiento, la interculturalidad y el horario.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

ARROYO MORA, E., y CRESPO TORRES, B., “La educación patrimonial como medio para la inclusión social: análisis de una experiencia didáctica”, *Investigación en la Escuela*, 98, 2019, pp. 62-75.

CUENCA LÓPEZ, J.M., “El papel del patrimonio en los centros educativos: hacia la socialización patrimonial”, *Tejuelo. Didáctica de la Lengua y la Literatura*. 19, 2013, pp. 76-96.

ESCUADERO, F., “Los tambores musulmanes del alfar de la calle San Pablo, 95-103 de Zaragoza”, *Saldvie: Estudios de prehistoria y arqueología*, (11), 2012, pp. 147-174.

FATÁS, G., (dir.), *Guía histórico-artística de Zaragoza*, Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza, Área de Cultura y Educación: Institución Fernando el Católico, 2008.

FONTAL, O., IBÁÑEZ-ETXEBERRIA, A., y MARTÍN, L. (Coords.), “Reflexionar desde las experiencias. Una visión complementaria entre España, Francia y Brasil”, en *Actas del II Congreso Internacional de Educación Patrimonial*, 28- 31 octubre 2014, Madrid, IPCE/OEPE.

FRUTOS CONDÓN, E. P., y GONZÁLEZ GONZÁLEZ, J. M., *El patrimonio cultural como recurso didáctico en las Ciencias Sociales*. Máster Universitario en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas, Artísticas y Deportivas, Universidad de Zaragoza, 2019.

GARCÍA GÓMEZ, S. “La iglesia de San Pablo Apóstol de Zaragoza. Puesta en uso turístico y cultural de un monumento Patrimonio de la Humanidad”, en *I Simposio anual de Patrimonio*

*Natural y Cultural ICOMOS España*, 21- 23 noviembre 2019, Madrid, Editorial Universitat Politècnica de València, pp. 405- 412.

GARRIDO ARROYO, M. D. C., y HERNÁNDEZ CARRETERO, A. M. (2014). El patrimonio cultural: una propuesta de gestión participativa. *Tejuelo. Didáctica de la lengua y la literatura. Educación*. Tejuelo, nº 19, 2014, pp. 62-75

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A. El tratamiento didáctico del patrimonio artístico en la ESO y en el Bachillerato, en R. Calaf y otros (Eds.), *Aspectos didácticos de Ciencias Sociales (Arte)*, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, 1998, pp. 215-262.

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A., *Vida y obra del arquitecto Ricardo Magdalena (1849-1910)*, tesis doctoral, Universidad de Zaragoza, 1995.

LUCAS PALACIOS, L. y ESTEPA GIMÉNEZ, J. El patrimonio como instrumento para la formación de la ciudadanía crítica y participativa. *Investigación en la Escuela*, 89, 2016, pp. 35-48.

MONCLÚS, J., DÍEZ MEDINA, C., y SÁNCHEZ LAMPREAVE, R. *Regeneración urbana: propuestas para el barrio de San Pablo*, Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza, Pressas Universitarias de Zaragoza, 2014.

MORTE GARCÍA, C., *El Retablo Mayor de la Iglesia Parroquial de San Pablo de Zaragoza. Restauración 2006*, Madrid, Zaragoza, Ministerio de Cultura, Diputación General de Aragón, 2007.

MOSTALAC CARRILLO, A., ESCUDERO, F., GALVE IZQUIERDO, M. P., y AGUAROD OTAL, C., “Nuevas perspectivas de la arqueología urbana del período andalusí: La ciudad de Zaragoza (1984-1991)”, *Aragón en la Edad Media*, (9), 1991, pp. 445-491.

OLIVÁN JARQUE, M. I., *Aportaciones al estudio de la arquitectura zaragozana del Siglo XVII: el convento de Carmelitas Descalzas de Santa Teresa de Zaragoza, vulgo fecetas. Su fundación, construcción y problemática*, tesis doctoral, Universidad de Zaragoza, 1982.

USON GARCÍA, R., *La Arquitectura del Convento de Santo Domingo de Zaragoza (1217-2002)*, Institución "Fernando el Católico", Excma. Diputación de Zaragoza. Zaragoza, 2003.

VV.AA., “Félix Navarro 1849-1911. La dualidad Audaz”, Catálogo de la Exposición, Zaragoza, Centenario del Mercado Central, palacio de los Torreros, (9 mayo a 20 de junio de 2003), Zaragoza, C.O.A.A., Delegación de Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza, Asociación de Detallistas del Mercado de Lanuza, Caja Rural de Aragón, 2003.

## 6. ANEXOS

### WEBGRAFÍA

<https://historiaragon.com/2017/04/05/el-barrio-de-san-pablo/> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<http://www.buenaspracticacomunitarias.org/buenas-practicas/11-la-carrera-del-gancho-convivencia-ciudadana-zaragoza.html> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<https://zaragozaguia.com/calle-san-pablo/> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=394575603535> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

[https://www.zaragoza.es/ciudad/urbanismo/planeamiento/buscar\\_Catalogo](https://www.zaragoza.es/ciudad/urbanismo/planeamiento/buscar_Catalogo) (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<https://www.culturaydeporte.gob.es/planes-nacionales/planes-nacionales/educacion-y-patrimonio.html> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

[http://habitat.aq.upm.es/bbv/fichas/2001/fu-barrios/fu01\\_50297002.pdf](http://habitat.aq.upm.es/bbv/fichas/2001/fu-barrios/fu01_50297002.pdf) (fecha de consulta: 8-XI-2021)

[https://www.zaragoza.es/contenidos/urbanismo/Pich\\_informa.pdf](https://www.zaragoza.es/contenidos/urbanismo/Pich_informa.pdf) (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<https://www.zaragoza.es/contenidos/sectores/pich/pich-2013-2020-completo.pdf> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<https://www.zaragoza.es/cont/paginas/estadistica/pdf/Cifras-Zaragoza-2020.pdf> (fecha de consulta: 8-XI-2021)

[https://transparencia.aragon.es/sites/default/files/documents/pes\\_ecd\\_2020\\_23.pdf](https://transparencia.aragon.es/sites/default/files/documents/pes_ecd_2020_23.pdf) (fecha de consulta: 8-XI-2021)

<http://www.zaragoza.es/contenidos/normativa/ordenanzas-fiscales/2021/OF-27-2021.pdf> (fecha de consulta 8-XI-2021)

## Anexo 6.1. Declaración BIC en la categoría de conjunto Histórico

1864

29 de enero de 2003

BOA Número 11

272

**DECRETO 11/2003, de 14 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se declara Bien de Interés Cultural, en la figura de conjunto Histórico, el «Centro Histórico» de la ciudad de Zaragoza.**

El artículo 12 de la Ley 3/1999, de 10 de marzo, de Patrimonio Cultural Aragonés establece que los bienes más relevantes del Patrimonio Cultural de Aragón serán declarados Bienes de Interés Cultural y serán inscritos en el Registro Aragonés de Bienes de Interés Cultural.

En el apartado segundo del citado artículo 12, entre las diferentes categorías de Bienes inmuebles de Interés Cultural, se encuentra la de Conjunto de Interés Cultural que, a su vez, comprende distintas figuras. Concretamente, los Conjuntos Históricos se definen como «la agrupación continua o dispersa de bienes inmuebles, que es representativa de la evolución de una comunidad humana por ser testimonio de su cultura o de su historia, que se constituye en una unidad coherente y delimitable con entidad propia, aunque cada elemento por separado no posea valores relevantes».

Asimismo, la Ley 3/1999 de 10 de marzo, del Patrimonio Cultural Aragonés, señala, en su artículo 16, que la declaración de un Conjunto de Interés Cultural podrá afectar al entorno de éste, delimitado en la misma declaración en atención a la incidencia que cualquier alteración de dicho entorno pueda tener en los valores propios del Conjunto o en su contemplación. La declaración de Conjunto de Interés Cultural es compatible con la existencia de inmuebles singulares declarados Bienes de Interés Cultural, cuyo régimen jurídico será de preferente aplicación.

Por Resolución de 29 de marzo de 1978 de la Dirección General de Patrimonio Artístico, Archivos y Museos del Ministerio de Cultura, publicada en el Boletín Oficial del Estado el 26 de abril de 1978, se inició expediente para la declaración del «Centro Histórico» de la ciudad de Zaragoza como Conjunto Histórico-Artístico. La Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, modificó la denominación de esta categoría por la de Conjunto Histórico, dentro de la de los Bienes de Interés Cultural.

La Ley 3/1999, de 10 de marzo, de Patrimonio Cultural Aragonés, en el apartado primero de su Disposición Transitoria Segunda, establece que la tramitación y los efectos de los expedientes de declaración de Monumentos, Jardines, Conjuntos, Sitios Históricos y Zonas Arqueológicas, incoados con anterioridad a su entrada en vigor, quedarán sometidos a lo dispuesto en ella, en la categoría que corresponda.

El expediente se ha continuado conforme a lo previsto en la Ley 3/1999, de 10 de marzo, del Patrimonio Cultural Aragonés, la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero, y el Decreto Legislativo 2/2001, de 3 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, notificándose las actuaciones a los interesados y acordándose la apertura de un periodo de información pública en el que presentaron alegaciones el Ayuntamiento de Zaragoza, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza, la Confederación de Empresarios de Zaragoza y la Federación de Empresas de la Construcción de Zaragoza, las cuales fueron debidamente contestadas.

El informe preceptivo de la Comisión Provincial de Patrimonio Cultural competente fue favorable a la declaración como Bien de Interés Cultural del «Centro Histórico» de la ciudad de Zaragoza como Conjunto Histórico.

El Ayuntamiento de Zaragoza en su informe preceptivo solicitó la modificación de la delimitación del Conjunto y su

entorno de protección, propuestas que fueron desestimadas motivadamente.

La Comisión Provincial de Ordenación del Territorio de Zaragoza en su informe preceptivo consideró las medidas de tutela propuestas para el Conjunto urbanísticamente correctas y complementarias a las dispuestas en la Normativa Urbanística del Plan General de Ordenación Urbana de Zaragoza.

El trámite de audiencia a los interesados se ha efectuado en tiempo y forma, habiendo presentado alegaciones la Confederación de Empresarios de Zaragoza y la Federación de Empresas de la Construcción de Zaragoza, las cuales han sido debidamente contestadas.

En su virtud, conforme a lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley 3/1999, de 10 de marzo, del Patrimonio Cultural Aragonés, a propuesta del Consejo del Departamento de Cultura y Turismo, y previa deliberación, el Gobierno de Aragón, en su reunión del día 14 de enero de 2003,

DISPONGO:

*Primero.—Objeto.*

Es objeto del presente Decreto declarar Bien de Interés Cultural, en la categoría de Conjunto de Interés Cultural y en la figura de Conjunto Histórico, el «Centro Histórico» de la ciudad de Zaragoza.

La descripción y delimitación concreta del Conjunto y de su entorno se recogen en los Anexos I y III de este Decreto.

*Segundo.—Régimen Jurídico.*

El régimen jurídico aplicable a los Conjuntos de Interés Cultural es el previsto en la Sección Segunda, del Capítulo I, del Título Segundo, de la Ley 3/1999, de 10 de marzo, del Patrimonio Cultural Aragonés, los Títulos Sexto y Séptimo de la misma, así como cuantos preceptos sean de aplicación general a los Bienes de Interés Cultural.

Las medidas de tutela del Conjunto Histórico se establecen en el Anexo II de este Decreto.

*Tercero.—Publicidad.*

El presente Decreto será publicado en el «Boletín Oficial de Aragón» y se notificará al Ayuntamiento de Zaragoza.

Asimismo, esta publicación sustituirá a la notificación personal de acuerdo con lo previsto en el artículo 59.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Zaragoza, 14 de enero de 2003.

**El Presidente del Gobierno de Aragón,  
MARCELINO IGLESIAS RICÓ**

**El Consejero de Cultura y Turismo,  
JAVIER CALLIZO SONEIRO**

#### ANEXO I DESCRIPCION DEL CONJUNTO

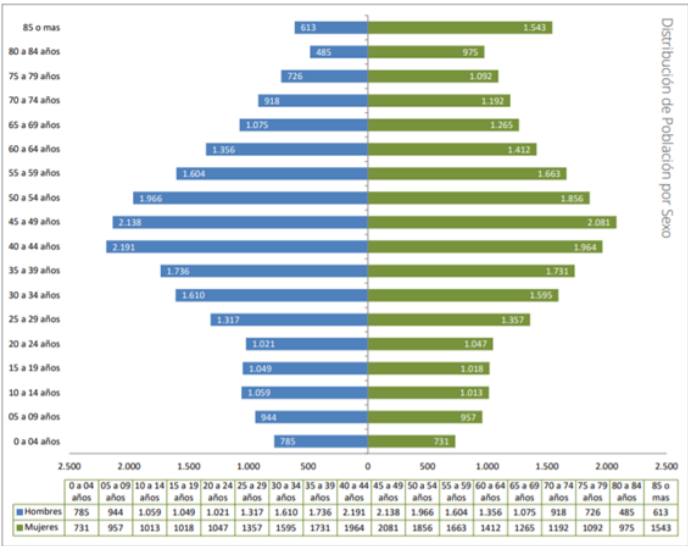
El primer asentamiento del que se tiene constancia en el solar que ocupa la actual ciudad de Zaragoza se remonta al final de la Edad del Bronce (1200 - 700 a.C.), aunque son muy pocos los vestigios arqueológicos conservados.

Este asentamiento fue sustituido en el s.II a.C. por una ciudad-estado ibérica, conocida como Salduie, que sirvió de base a la posterior fundación de la colonia romana de Caesaraugusta en torno al 24 a.C., construida según un trazado en retícula, con una arquitectura doméstica definida, hitos monumentales en diversos espacios públicos y una muralla pétreo.

Tras la época visigoda, la ciudad pasó a manos del invasor musulmán en el 714, denominándose Saraqusta, hasta su reconquista por Alfonso I en 1118. El dominio musulmán

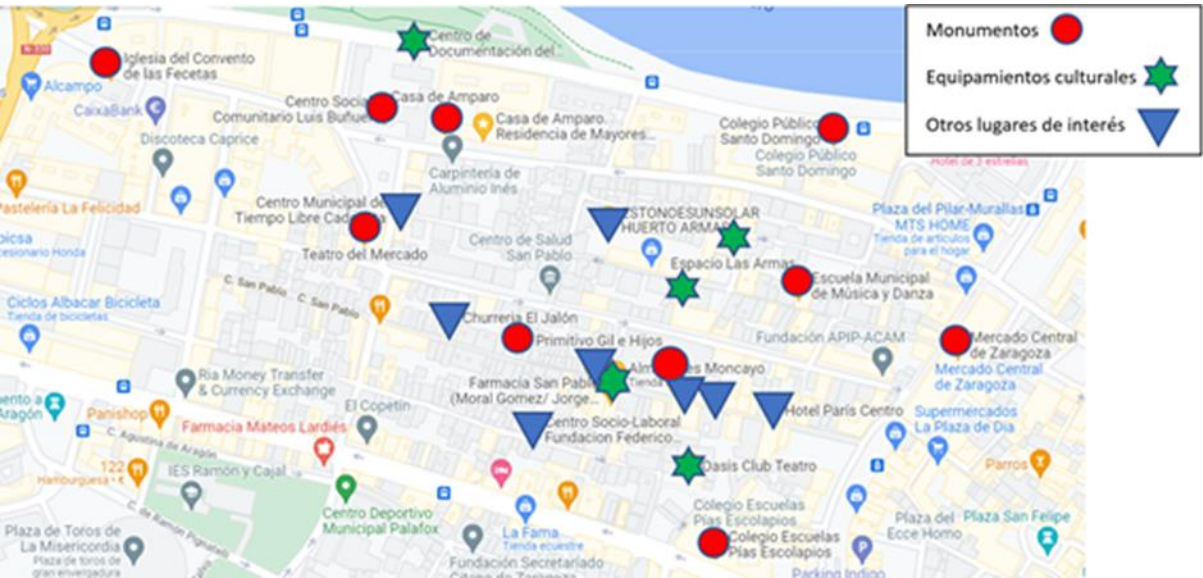


Anexo 6.2. Análisis territorial



País de Origen	Mujeres	Hombres	Total
Rumanía	1.541	1.405	2.946
Marruecos	811	524	1.335
Nicaragua	333	584	917
Argelia	455	180	635
China	293	275	568
Resto	2.819	2.436	5.255
Total	6.252	5.404	11.656

Anexo 6.3. Mapa



## Anexo 6.4. Informe Histórico Artístico.

# ÍNDICE

## 1. PLANTEAMIENTO DEL INFORME

## 2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN

### 2.1 Localización, datos de la finca, titularidad y protección

## 3. DESCRIPCIÓN DEL ESTADO ACTUAL

### 3.1 Composición, ordenación y distribución

## 4. ANÁLISIS HISTÓRICO-ARTÍSTICO

### 4.1 Fortuna crítica

### 4.2 Evolución y etapas históricas

## 5. VALORACIÓN PATRIMONIAL

## 6. DICTAMEN

# 1. PLANTEAMIENTO DEL INFORME

Se redacta el presente informe histórico-artístico del barrio de San Pablo, conocida como “El Gancho”, situado en el centro histórico de la ciudad de Zaragoza.

Este informe se realiza como paso previo al desarrollo de un proyecto de gestión y puesta en valor y dinamización del patrimonio cultural del barrio mediante un programa de educación patrimonial. Este informe contiene los siguientes aspectos: identificación y descripción del estado actual del bien, análisis histórico-artístico del mismo, y valoración patrimonial.

## **2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN**

### **2.1 Localización y protección**

El barrio de San Pablo ubicada en, Zaragoza, 50003.

El barrio queda protegido bajo la Ley 3/1999 de 10 de marzo del Patrimonio Cultural Aragonés, el cual establece que los bienes más relevantes del Patrimonio Cultural de Aragón serán declarados Bienes de Interés Cultural y serán inscritos en el Registro. Bajo esta premisa se establece el decreto 11/2003, de 14 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se declara Bien de Interés Cultural, en la figura de conjunto Histórico, el «Centro Histórico» de la ciudad de Zaragoza. El barrio de San Pablo se encuentra dentro del conjunto y su entorno, por lo que queda amparado bajo esta jurisdicción.

### **2.2 Situación y emplazamiento**

Ubicado al este de la ciudad romana ocupando el antiguo Soto Real se creó el primer ensanche medieval a extramuros de la ciudad. Sus límites coinciden al norte con la ribera del Ebro, al este con el límite de la ciudad romana. Engloba, por el sur el resto del asentamiento del Soto Real, separado a principios de siglo por la apertura de la calle Conde de Aranda, y hacia el oeste rompe su límite en las colmataciones producidas a mediados de siglo sobre los vacíos originarios de antiguos asentamientos conventuales.

## **3. DESCRIPCIÓN DEL ESTADO ACTUAL**

### **3.1. Composición, ordenación y distribución**

En cuanto a su urbanismo, el barrio se diseñó con un trazado rectilíneo y ortogonal, conformando manzanas rectangulares de calles estrechas.

Con la aparición de la ciudad industrial, los vecinos salieron del barrio buscando mejores condiciones medioambientales, comenzando la degradación del barrio, que fue siendo ocupado por familias con menor poder adquisitivo. Esta situación empeoró en los años 80s -90s, quedando el barrio en un estado de degradación o incluso llegando algunas viviendas en un estado próximo

a la ruina. Existen muchos solares, correspondientes a viviendas que se han demolido, que muestran el interior de estas manzanas. En los últimos años, el Plan Integral del Casco Histórico ha ido rehabilitando el barrio de manera que se encuentra en mejor estado, aunque sigue necesitando reformas.

## 4. ANÁLISIS HISTÓRICO-ARTÍSTICO

Este apartado está orientado a tratar aquellos aspectos histórico-artísticos del barrio a través de un análisis lo más amplio posible para establecer los valores de este.

### 4.1 Fortuna crítica

Esta primitiva iglesia de San Pablo aparece documentada por primera vez en una fecha muy temprana por parte de las tropas de Alfonso I el Batallador. Sin embargo, no podemos de barrio hasta 1218, cuando Jaime I quien firmó los privilegios de aquellos que habitarían el nuevo ensanche medieval.

Los siguientes documentos llegaron en el siglo XIV, cuando el rey Juan II de Aragón concedió a la parroquia el privilegio de que el gancho encabezara todas las procesiones de la ciudad. Más adelante, en el siglo XV, el rey Fernando el Católico ordenó que se hiciera un censo del Reino de Aragón para recaudar el impuesto de las sisas. Este es el conocido *fogaje de 1495*, el cual ya recogía el barrio de San Pablo como uno de los más poblados de la ciudad.

La mención bibliográfica más antigua nos la ofreció Antonio Ponz en su *Viage de España*, donde dedicó un tomo a Aragón en 1788 y hace referencia a la iglesia de San Pablo. 10 años más tarde, Ignacio Jordán de Asso publicó en 1798 *Historia de la economía política de Aragón: Zaragoza* donde hace un análisis de carácter histórico sobre el barrio. De similar estilo es la obra de 1853 de Pascual Madoz *Diccionario geográfico estadístico histórico de Aragón, Zaragoza* o la obra los hermanos Gascón escrita en 1890 *Zaragoza Artística, monumental e histórica*.

También hay publicaciones que abordan de manera más específica el patrimonio del barrio. En el caso de la Iglesia de San Pablo, cabe destacar la obra publicada en 1933 por Mario de la Sala Valdés “Insigne Iglesia de San Pablo Apóstol”, en la revista Estudios históricos y

artísticos de Zaragoza. De gran relevancia es también el estudio *El Retablo Mayor de la Iglesia Parroquial de San Pablo de Zaragoza* llevado a cabo por Carmen Morte.

Los conventos que se encontraban en el barrio también han sido tratados por varios autores. Ricardo Usón en su libro *La Arquitectura del Convento de Santo Domingo de Zaragoza (1217-2 002)*, habla del desaparecido convento y los restos que permanecen en la actualidad, y la tesis doctoral de María Isabel Oliván Jarque hace un estudio en profundidad sobre el convento de Carmelitas Descalzas de Santa Teresa de Zaragoza las Facetas y la arquitectura zaragozana del Siglo XVII.

En cuanto al estudio de la etapa contemporánea, las publicaciones de Ascensión Hernández, y en concreto su tesis doctoral *Vida y obra del arquitecto Ricardo Magdalena (1849-1910)* son esenciales para el estudio del barrio y su evolución.

Por último, cabe destacar la obra *La guía histórico-artística de Zaragoza*, de la que participan varios autores. Esta publicación, dirigida por Guillermo Fatás tiene varias ediciones debido a su éxito, la última en 2008, y es una obra fundamental para el estudio no solo del barrio de San Pablo, sino de todo el patrimonio de la ciudad de Zaragoza.

## **4.2 Evolución y etapas históricas**

### **ÉPOCA MEDIEVAL**

Los primeros testimonios mencionan la parroquia de San Pablo al poco de la conquista cristiana de la ciudad en el año 1118 por parte de las tropas de Alfonso I el Batallador, entonces dedicada a San Blas, pero que con el tiempo cambiaría su advocación pasando a la de San Pablo, quien no tardó en dar nombre a esta parte de la ciudad.

No obstante, fue tras las primeras décadas después de la conquista cristiana que se empieza a construir un nuevo barrio alrededor de la mencionada parroquia por necesidad de espacio, de manera que el 5 de abril de 1218 Jaime I confirmó los privilegios a los pobladores de este nuevo ensanche de la ciudad. El Gancho se encontraba a extramuros de lo que había sido tanto la ciudad romana como islámica, donde se encontraba la Puerta de Toledo junto al actual Mercado Central.

El nuevo barrio comenzó a cobrar importancia al instalarse el gran mercado medieval de

la ciudad, por lo que comenzó a ser habitado por los comerciantes de la ciudad, que instalaron allí tanto sus casas como los almacenes de sus negocios. Pronto el barrio fue extendiéndose hacia el oeste de manera que lindaba con los jardines del palacio de la Aljafería, y con el gran convento de la orden de los predicadores. Este tuvo una gran relevancia, pues en él se celebraron sesiones de las cortes del reino. Algunas órdenes religiosas que llegaron a Zaragoza como la orden de Santo Domingo o Santa Lucía o Santa Inés, construyeron sus conventos en la parte oeste del barrio, junto a la antigua muralla. No obstante, han desaparecido por completo o solo conservan algunas partes, como el refectorio mudéjar del convento de Santo Domingo.

Sin embargo, el centro neurálgico del barrio está la iglesia de San Pablo. Esta se levantó pocos años después de crearse el barrio, para sustituir a una pequeña ermita dedicada a San Blas. Se trata de un edificio de estilo mudéjar, del cual destaca la torre de cuerpo octogonal de 66 metros de altura. La iglesia se fue ampliando continuamente, adaptando nuevos estilos como el gótico y acabó por envolver la torre, quedando dentro de un pequeño patio.

## **ÉPOCA MODERNA**

El Gancho fue siendo ocupado por campesinos y artesanos que vivían en casas humildes de pisos con un pequeño patio que servía de corral o establo, de taller para los artesanos y a veces de tienda abierta hacia la calle. Sin embargo, debido a la importancia que el barrio fue adquiriendo, pronto se instalaron miembros de la alta nobleza. Conservamos todavía sus grandes palacios como testimonio, destacando el de los duques de Villahermosa de estilo barroco situado en la calle Predicadores, por entonces la más larga e importante de la ciudad. Este ha adquirido diferentes usos con el tiempo, como cárcel, juzgados, instalaciones de la Inquisición o colegio público, manteniéndose este último en la actualidad.

De gran importancia es también la casa-palacio que se encuentra en el número 32 de la calle las Armas, que hoy es una de las dos sedes de la Escuela Municipal de Música y Danza. Se trata de uno de los ejemplos más completos y antiguos de la etapa inicial de la tipología de palacios aragoneses que se extenderá por la ciudad y su área de influencia durante el siglo XVI. Consta de un sótano con bodegas y tres plantas: baja, noble y ático, y su fachada imita las de los grandes caserones (arco, ventanas, mirador y alero), pero destaca su decoración mudéjar de su interior.

Otros conventos se instalaron en el barrio como el de las Carmelitas Descalzas de Santa

Teresa de Jesús, también conocido como las Fecetas, Este convento de estilo barroco se encuentran donde estuvo la Puerta de Sancho, y en la parte de atrás está su antiguo claustro del que solo se conserva la mitad, sigue estando el pozo con sus más de cuatrocientos años de historia

## **ÉPOCA CONTEMPORÁNEA**

El barrio de San Pablo fue el más grande de la ciudad y en él llegaron a vivir un tercio de los zaragozanos. En sus calles nacieron y se criaron muchos personajes ilustres como Casta Álvarez, el cura Basilio Boggiero y Mariano Cerezo, todos héroes de los sitios de Zaragoza. La casa de Cerezo todavía sigue en pie y es un ejemplo de arquitectura tradicional.

Un momento trascendental en la historia del barrio, fue la desamortización de Mendizábal, llevada a cabo en 1836. Muchos de los conventos mencionados fueron abandonados, lo que llevó a la degradación y destrucción de estos. Sin embargo, tras este acontecimiento, el barrio sufrió una nueva etapa de crecimiento en la que fueron construidos numerosos edificios, muchos de la mano del famoso arquitecto Ricardo Magdalena.

En la plaza Santo Domingo, sobre las ruinas del antiguo convento de Santo Domingo se construyó el que fue el IES Luis Buñuel. Dicho edificio nació como Escuela Militar y después acogió el Museo de Bellas Artes y, durante más de cincuenta años, el Ayuntamiento antes de ser trasladado a la Plaza del Pilar. Después fue escuela de magisterio y Archivo Municipal. Actualmente, es el Centro Social Comunitario Luis Buñuel. Colindando con el edificio, se encuentra la Casa Amparo un centro municipal para personas mayores. Magdalena distribuyó todo el edificio alrededor de cuatro patios con jardines para que sirviesen de recreo. Todavía se conservan los restos del refectorio del antiguo convento de Santo Domingo, que hoy en día ocupa las dependencias del Centro de Investigación del Agua y del Medio Ambiente

Frente a la Casa Amparo se sitúa el Centro Social Virgen del Pilar, otra residencia de ancianos que pertenece a las monjas Hijas de la Caridad de San Vicente de Paúl. Antes fue un antiguo colegio llamado Escuelas del Pilar, pero después de la reforma ya solo queda en pie la fachada y la capilla.

Otro colegio de gran relevancia se encuentra en la calle Dosset, donde Magdalena construyó la antigua escuela de niñas denominada “La Golondrina”. Ahora alberga el CPEPA

Gómez Lafuente, dedicado a la educación de adultos. Sin embargo, el colegio más famoso e ilustre del barrio fueron las Escuelas Pías, donde importantes personajes como Palafox o Goya estudiaron. El edificio se fundó en el siglo XVIII pero se fueron haciendo reformas, siendo la más importante la acontecida a principios del siglo XX por el arquitecto Miguel Ángel Navarro. Esta es la actual fachada de la calle Conde Aranda, de manera que solo se conservan algunas partes del interior y la Iglesia de Santo Tomás en la avenida César Augusto.

El gran cambio del barrio vino con la construcción del Mercado Central en 1903. El arquitecto Félix Navarro (Tarazona, Zaragoza, 10 de septiembre de 1849 - Barcelona, 1911) diseñó un espacio modernista hecho de hierro fundido y cristal, inspirado por la torre Eiffel. En sus sótanos, el hondo, descargaban los carros, se compraba al por mayor y se almacenaban las mercancías. La plaza del mercado era un lugar sucio, las tiendas y tenderetes no contaban con medidas higiénicas suficientes y las epidemias eran una amenaza continua. y arriba estaban los puestos de venta al detalle.

En 1928 Miguel Ángel Navarro, el hijo de Félix, construyó en la plaza de Santo Domingo el Mercado de Pescados, para mejorar el servicio del Mercado Central. Es un edificio de construcción contemporánea, pero que sigue la estética inspirada en la arquitectura civil aragonesa. Consta de una planta basilical que aparece exento de ladrillo, dotado de un cuerpo rectangular de un piso con ventanas pareadas con arco de medio punto. En el centro emerge en altura un segundo cuerpo o pabellón, que presenta una arquería corrida en todos sus lados. Cada día se inspeccionaba la calidad de todo el pescado fresco que comían los zaragozanos y después se repartía a las pescaderías. Ahora es el Teatro del Mercado.

La Sala Oasis abrió sus puertas en 1909 bautizada como Royal Concert, siendo el primer cabaret de la ciudad de Zaragoza. Esta sala se ubicó en una antigua posada del siglo XIX, pero se reformó su interior llegando a ser uno de los más importantes de España. Una de las más famosas fue Pilar Lahuerta, también conocida como La Pilara. El teatro se conserva tal y como fue en sus mejores años. Con sus palcos reservados, butacas rojas, espejos y un escenario lleno de bombillas por el que pasaron grandes artistas y en el que todavía se organizan conciertos



## 5. VALORACIÓN PATRIMONIAL

El barrio de San Pablo es uno de los más antiguos e importantes de la ciudad, por lo que cuenta con varios aspectos dignos de ser mencionados.

### **Valor artístico:**

La iglesia de San Pablo, y en concreto su torre mudéjar forman parte del patrimonio de la humanidad. Su construcción mezcla elementos de los edificios cristianos y de los musulmanes, utilizando materiales como el ladrillo y yeso, ornamentado con cerámica. También tienen un gran valor los edificios de arquitectura civil renacentista (como la casa-palacio de la calle Armas 32) y otros ejemplos de arquitectura popular. Por último, el barrio cuenta con varios edificios de época contemporánea de gran valor diseñados por arquitectos de gran relevancia como Ricardo Magdalena y Félix Navarro.

### **Valor histórico:**

La construcción del barrio es una muestra del cambio de condiciones políticas, sociales y culturales que sucedieron en la Zaragoza medieval. Las excavaciones arqueológicas de las calles San Pablo y Predicadores resultan relevantes para el conocimiento de la época de la taifa de *Saraqusta*, que demuestra que ya había una industria alfarera asentada en esta zona, así como enterramientos musulmanes en la Calle Predicadores. El barrio de San Pablo es el primer ensanche medieval tras la reconquista de Zaragoza en 1118, pero su arquitectura mudéjar es otro ejemplo de la convivencia entre culturas hasta la expulsión de los moriscos. A su vez, el barrio fue testigo de episodios esenciales en la historia de España del siglo XIX: los eventos de la Guerra de Independencia y la desamortización de Mendizábal de 1835. Como podemos ver, no solo se trata de un barrio relevante para la historia de Zaragoza, sino también a nivel nacional e internacional.

### **Valor documental:**

Tanto la arquitectura, la propia estructura del barrio y los nombres de las calles, son testimonio de la evolución y la historia de la ciudad. La convivencia entre culturas y las diferentes etapas constructivas documentan la historia del barrio y la ciudad.

### **Valor socio-cultural:**

La artesanía y comercio eran las principales profesiones del barrio. Ya en el siglo XI se documenta gracias a las excavaciones arqueológicas de la calle de San Pablo que existía una

industria alfarera. Son extensos los restos de tambores musulmanes denominados “derbukas”, de carácter popular, socializador y festivo. La artesanía y el comercio se mantienen en la actualidad como profesión fundamental. El barrio mantuvo su vínculo con la música, en torno a la iglesia de San Pablo y su órgano gótico, pero también por la conocida Sala Oasis. Muchas de las personas ilustres que vivieron en el barrio son conocidos cantantes o relacionados con el mundo de la música, de los que destacan Pilara Lahuerta “La Pilara” y Pilar Lorengar, una de las mejores cantantes de todos los tiempos, que triunfó en todo el mundo y fue durante treinta años la gran soprano del Teatro de la Ópera de Berlín. Por último, desde hace varios años se llevan celebrando bailes y cantos de jotas en la Posada de las Almas transmitidos por Aragón TV.

### **Valor identitario:**

La fiesta forma parte de la identidad del barrio. Desde sus inicios, la plaza del mercado era una de las más concurridas de la ciudad por lo que los grandes acontecimientos de la ciudad como obras de teatro, torneos, corridas de toros y todas las grandes fiestas se celebraban en esta. Una de las más conocidas eran las denominadas “Sanpabladas”, celebradas en la parroquia de San Pablo en honor de algunos santos tradicionales. Eran los vecinos del barrio que se agrupaban formando cofradías y cuidando de cada santo, organizando su fiesta. Destacan las de San Blas y San Roque. El día de cada santo, después de la misa, se bendecía a las gentes, se repartían dulces y se organizaba una romería o una procesión por las calles del barrio. Al final había baile en torno a la banda de música. En la actualidad, estas festividades se siguen celebrando y fuera de la iglesia se venden rosquillas y tortas. Como se puede observar, la fiesta sigue estando muy presente en el barrio. Los vecinos recuperaron las Fiestas del Gancho, celebradas en junio y en septiembre, se organiza la Carrera del Gancho. En ambas fiestas se organizan actividades culturales relacionadas con el teatro, bailes y conciertos

## **6. DICTAMEN**

Pese a las rehabilitaciones que se han ido llevando a cabo, el barrio todavía presenta un aspecto degradado y antiguo, que requiere de remodelaciones que no interfieran en el aspecto ni afecten al entorno del barrio, pues queda bajo la protección del conjunto histórico.

El barrio cuenta con numerosos edificios con gran valor patrimonial, así como costumbres propias del barrio que deben conservarse e incluso incentivar apoyando los equipamientos

culturales con los que cuenta el barrio, así como los pequeños comercios y talleres locales. Por último, su gran tejido vecinal es uno de los principales atractivos del barrio.

No obstante, el principal problema del barrio es la situación de exclusión social en la que viven muchos de los vecinos, que no llegan a integrarse con el vecindario y su cultura, dedicándose a actividades conflictivas. Es por esto por lo que se considera que es necesario un programa de difusión y puesta en valor del variado patrimonio del barrio para que estos puedan sentirse identificados con el barrio y participen de él.

## Anexo 6.5. Subvención



**ORDEN, DE 28 DE OCTUBRE DE 2019, DEL CONSEJERO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, POR LA QUE SE APRUEBA EL PLAN ESTRATÉGICO DE SUBVENCIONES DEL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE PARA EL PERÍODO 2020-2023.**

La Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, en su artículo 8, introdujo como disposición de carácter básico la obligación a los órganos de todas las Administraciones Públicas o cualesquiera entes que propusieran el establecimiento de subvenciones de concretar, con carácter previo, en un plan estratégico de subvenciones los objetivos y efectos que se pretendan con su aplicación, el plazo necesario para su consecución, los costes previsibles y sus fuentes de financiación, supeditándose en todo caso la aplicación de dicho plan al cumplimiento del objetivo de estabilidad presupuestaria.

Por su parte, la Ley 5/2015, de 25 de marzo, de Subvenciones de Aragón, en su artículo 5, ha regulado los planes estratégicos en el ámbito de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, estableciendo que cada departamento elaborará un plan estratégico de subvenciones, con el contenido previsto en la normativa básica estatal, que comprenderá las actuaciones en materia de subvenciones, las de sus organismos autónomos y las de sus entidades de Derecho público, con una vigencia de cuatro años, que serán aprobados por el titular del departamento correspondiente.

Para dar cumplimiento a las previsiones de las normas referidas, el Departamento de Educación, Cultura y Deporte ha elaborado su Plan Estratégico de Subvenciones correspondiente al período comprendido entre los años 2020 y 2023, ambos inclusive.

En virtud de lo expuesto, y de acuerdo con las competencias que tengo atribuidas por el ordenamiento jurídico,

**RESUELVO:**

Primero.- Aprobar el Plan Estratégico de Subvenciones 2020-2023 del Departamento de Educación, Cultura y Deporte que se acompaña como anexo a la presente orden.

Segundo.- El Plan Estratégico de Subvenciones 2020-2023 del Departamento de Educación, Cultura y Deporte tiene carácter programático y su contenido no crea derechos ni obligaciones de acuerdo con lo establecido en el artículo 5.7 de la Ley 5/2015, de 25 de marzo, de Subvenciones de Aragón.

Tercero.- El presente plan surtirá efectos desde el día 1 de enero de 2020 y tendrá una vigencia de cuatro años. Su efectividad quedará condicionada a la puesta en marcha de las distintas líneas de subvenciones que en él se prevén atendiendo, entre otros condicionantes, a la disponibilidad presupuestaria.

Zaragoza, a la fecha de la firma electrónica.

Felipe Faci Lázaro  
Consejero de Educación, Cultura y Deporte

PRIMADO ELECTRONICAMENTE por Felipe Faci Lázaro, Consejero, DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE el 28/10/2019.  
Documento verificado en el momento de la firma y verificable a través de la dirección https://gobierno.aragon.es/verificado/CSN/VW7WKK15619011PF1 con CSN/CSN/VW7WKK15619011PF1.

## FICHA 3.2.1.1.1

<b>Línea de subvención 1:</b>	
Ayudas y subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para participar en programas de mejora y desarrollo de las capacidades.	
<b>a) Procedimiento de concesión:</b>	
Concurrencia competitiva	X
Concesión directa	
<b>b) Áreas de competencia afectadas:</b>	
La definición de planes, proyectos y programas para atender a la equidad en educación y las necesidades educativas derivadas de las desigualdades personales, sociales, culturales o territoriales. El diseño, desarrollo, mejora y ejecución de las actuaciones y programas destinados a atender al alumnado con o sin necesidades específicas de apoyo educativo.	
<b>c) Objetivos y efectos que se pretenden:</b>	
<p>a) Desarrollar actuaciones para dar respuesta a las necesidades educativas y desarrollo de las capacidades del alumnado que, por su rendimiento escolar o por sus capacidades, precisen oportunidades educativas que amplíen sus posibilidades e interés por el aprendizaje desde un enfoque inclusivo.</p> <p>b) Impulsar el interés del alumnado por la investigación para fomentar y aumentar la vocación científica de la futura ciudadanía.</p> <p>c) Mejorar las posibilidades de desarrollo y aprendizaje de todo el alumnado del centro a través de la incorporación de planes, proyectos y programas educativos inclusivos.</p> <p>d) Desarrollar redes de participación y formación entre los diversos centros y agentes del entorno que participen en el desarrollo de programas de temática común.</p> <p>e) Transferir a los procesos educativos normalizados del centro aquellas actuaciones y metodologías que se consideren eficaces para desarrollar la motivación y el aprendizaje del alumnado.</p> <p>f) Implicar a las familias en el desarrollo de los programas, de manera que facilite la participación e implicación del alumnado.</p>	
<b>d) Plazo necesario para su consecución:</b>	
Anual	
Plurianual 2020-2023	X
<b>e) Costes previsibles:</b>	
50.000,00 euros anuales	
<b>f) Fuente de financiación:</b>	
Fondos propios, financiación externa, Fondo Social Europeo	100%
<b>g) Líneas básicas de las bases reguladoras:</b>	
Se realizará mediante convocatoria. Los destinatarios son las Asociaciones de Madres y Padres de Alumnado de los centros docentes públicos, o entidades sin ánimo de lucro que trabajen coordinadamente con los centros docentes públicos, que imparten las enseñanzas correspondientes a Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Formación Profesional, que participan en estos programas.	
<b>h) Régimen de seguimiento y evaluación. Indicadores:</b>	
Número de alumnos/as participantes desagregados/as por nivel educativo y sexo. Número de profesionales participantes. Calendario de las actividades realizadas. Propuestas de transferencia de las actuaciones a los planes, proyectos y programas del Centro en el marco de su autonomía pedagógica.	



## Anexo 6.6.

### TEXTO REGULADOR Nº 27

#### Precios Públicos por prestaciones de servicios y realización de actividades

**Artículo 1.-** De conformidad con lo previsto en los arts. 127 y 41 del Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2004 de 5 de marzo, y en el ejercicio de la potestad reglamentaria reconocida al Ayuntamiento de Zaragoza, en su calidad de Administración Pública de carácter Territorial por el art. 4 y concordantes de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, se establecen los precios públicos por prestación de los servicios o realización de actividades administrativas que a continuación se indican:

- I.- Prestaciones de servicios para actividades socioculturales, culturales y de esparcimiento.
- II.- Prestación de Servicios por el Organismo Autónomo Zaragoza Turismo 2020
- III.- Prestación de servicios y realización de actividades por la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural, S.A.
- IV.- Actividades Socioculturales por la prestación de servicios en los Centros Cívicos.
- V.- Prestación de servicios en los Centros de Enseñanzas Artísticas.
- VI.- Prestación de Servicios en las Escuelas Infantiles Municipales.
- VII.- Prestación de Servicios en la Universidad Popular.
- VIII.- Prestación de Servicios en Centros Deportivos Municipales.
- IX.- Prestación de Servicios en el Pabellón Príncipe Felipe y en el Palacio de los Deportes.
- X.- Prestaciones Sociales domiciliarias.
- XII.- Prestación de Servicios en la Residencia Casa de Amparo de Zaragoza.
- XIII.- Prestación de Servicios de los Mercados Municipales.
- XIV.- Prestación de Servicios en Mercazaragoza.
- XV.- Prestación de Servicios de Celebración de bodas civiles.
- XVI.- Prestación de servicios en el Museo del Fuego y de los Bomberos
- XVIII.- Prestación de servicios en Etopia\_Center for Art & Technology. (Cesión de espacios)
- XIX.- Transporte de agua potable con cisternas
- XX.- Prestación de servicios de autorización del uso de la marca de propiedad municipal "Huerta de Zaragoza" y "Huerta de Zaragoza Agroecológica" y sus eslóganes.
- XXI.- Actividades, Espacios y Publicaciones Agencia de Medio Ambiente y Sostenibilidad.
- XXII.-Tarifa precios públicos alquiler de salas Harinera ZGZ

**Artículo 2.-** Estarán obligados al pago de los Precios Públicos regulados en este Texto Regulador quienes se benefician de los servicios o actividades por los que deban satisfacerse aquéllos.

**Artículo 3.- 1.** La obligación de pagar el precio público nace desde que se inicia la prestación del servicio o la realización de la actividad, si bien se podrá exigir el depósito previo de su importe total o parcial.

**2.** Cuando por causas no imputables al obligado al pago del precio, el servicio o la actividad no se preste o desarrolle, procederá la devolución del importe correspondiente.

**Artículo 4.-** La cuantía que corresponda abonar por la prestación de cada uno de los servicios a que se refiere este Texto Regulador, se determinará según cantidad fija o en función de los elementos o factores que se indiquen en los respectivos epígrafes.

## Anexo 6.7. Plan estratégico de comunicación para la marca.

**Nombre o marca del proyecto:** *Enganchados al Patrimonio.*

**Participantes:** Cividia S. L.

### **Objetivos:**

- Generar una nueva identidad de marca potente que permita un reposicionamiento positivo de la imagen de marca actual.
  - Fortalecer la imagen previa del barrio como lugar artístico y cultural.
- 

## **1.-Descripción realista de la situación actual**

### **1.1-Relación de la marca con lo real.**

El barrio de San Pablo forma parte de la junta municipal Casco Histórico. Se trata de uno de los barrios que menor renta por persona presenta, algunos de sus habitantes se encuentran en situación de dependencia y exclusión social. Asimismo, hay un gran porcentaje de abandono escolar, degradación urbanística y problemas de delincuencia y exclusión social.

Por otra parte, el barrio cuenta con una gran variedad de patrimonio y equipamientos culturales donde se realizan exposiciones, conciertos y talleres. Su carácter multicultural y de sentido de barrio es apoyado por el entramado asociativo vecinal, que colabora de manera desinteresada de distintas asociaciones y otros voluntarios, comercios y centros públicos en diversas actividades como las fiestas del barrio o mercadillos. Por último, la zona también cuenta con una gran oferta de comercio local y artesanal por lo que contamos con oportunidades culturales, económicas y sociales.

## 1.2.-En el caso de que haya algún tipo de competencia por parte de otras organizaciones similares, describir brevemente atributos de diferenciación

La asociación Federico Oznan impulsa desde 2004 la dinamización social artística del Barrio del Gancho y de cohesión social con propuestas como La Carrera del Gancho. Dentro de la ciudad Harinera zgz y el Centro Social Luis Buñuel también realiza labores sociales y culturales enfocado a todo el vecindario. No obstante, nuestra línea de trabajo se diferencia por el empleo de la educación patrimonial como elemento de cohesión social para jóvenes en situación de marginalidad a través de clases, itinerarios didácticos y talleres llevados a cabo por vecinos del barrio. Para llevarlo a cabo, nos hemos inspirado principalmente en estudios realizados por distintas universidades acerca de la educación patrimonial como elemento de integración social.

## 2.-Recogida de documentos de comunicación

### 2.2 Documentos no generados por la propia marca:

**DOCUMENTO 1:** *Los vecinos del Gancho salen a la calle “Este no es un buen barrio. Es impensable que un matrimonio con niños venga a vivir aquí”*

HERALDO Aragón Deportes Real Zaragoza Nacional Internacional Economía Cultura SUSCRÍBETE

### Los vecinos del Gancho salen a la calle: "Este no es un buen barrio. Es impensable que un matrimonio con niños venga a vivir aquí"

La Plataforma de Afectados del Gancho y del Entorno Pignatelli ha convocado una manifestación este domingo para reclamar mejoras en el mantenimiento de los edificios y una mayor presencia policial.

NOTICIA ACTUALIZADA 15/10/2021 A LAS 05:00 L.L.M.

f t w



**Fecha:** 15/10/ 2021



**Enlace:** <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza/2021/10/15/los-vecinos-del-gancho-salen-a-la-calle-este-no-es-un-buen-barrio-es-impensable-que-un-matrimonio-con-ninos-venga-a-vivir-aqui-1526398.html?autoref=true>

**Contenido:** Los vecinos se manifiestan en protesta por la dejadez por parte de las instituciones cuyas medidas son insuficientes y exigen un barrio abierto, seguro e integrado.

**Justificación:** hemos elegido este documento porque son los vecinos quienes expresan su descontento con la situación y denuncian la situación de delincuencia y degradación.

**DOCUMENTO 2:** *Masivo apoyo al CSC Luis Buñuel en Zaragoza: “No hay nada más poderoso que todas nosotras soñando juntas”*



ARAGÓN

## Masivo apoyo al CSC Luis Buñuel en Zaragoza: “No hay nada más poderoso que todas nosotras soñando juntas”

A la vecindad del barrio del Gancho se le sumaron, en la tarde noche de este pasado viernes, 17 de septiembre, numerosas personas de otros barrios zaragozanos demostrando el apoyo social y vecinal que recibe este centro en una concentración bajo el lema “El Luis Buñuel se queda”.

ARAINFO REDACCIÓN | 18 SEPTIEMBRE, 2021, 09:58

A A A

**Fecha:** 18/9/2021

**Enlace:** <https://arainfo.org/masivo-apoyo-al-csc-luis-bunuel-en-zaragoza-no-hay-nada-mas-poderoso-que-todas-nosotras-sonando-juntas/>

**Contenido:** Se trata una concentración en protesta por la sentencia dictada por el Tribunal Superior de Justicia de Aragón contra el CSC Luis Buñuel.

**Justificación:** Se ha elegido este documento porque resalta la presencia de entramado asociativo y vecinal, así como el fuerte sentido de barrio. También destaca el papel del CSC Luis Buñuel como símbolo del barrio.

**DOCUMENTO 3:** *Las Armas se encasquilla: de ser una referencia en la ciudad a la ausencia de visitantes*



**Fecha:** 2/10/2021

**Enlace:** <https://www.elperiodicodearagon.com/zaragoza/2021/10/02/armas-encasquilla-referencia-ciudad-ausencia-57944735.html>

**Contenido:** La pandemia ha afectado a Las Armas, que ha cerrado varias estancias de su espacio debido a la falta de visitantes.

**Justificación:** Es un ejemplo de cómo el barrio de San Pablo se convirtió en un punto de referencia de la ciudad a nivel de actividades y actuaciones musicales, así como mercadillo.

**DOCUMENTO 4: *La iglesia de San Pablo Apóstol en Zaragoza. Puesta en uso turístico y cultural de un monumento Patrimonio de la Humanidad***



I Simposio anual de Patrimonio Natural y Cultural ICOMOS España  
21- 23 de noviembre 2019. Madrid  
DOI: <https://doi.org/10.4995/icomos2019.2020.11749>

**La iglesia de San Pablo Apóstol de Zaragoza. Puesta en uso turístico y cultural de un monumento Patrimonio de la Humanidad**

**Sergio García Gómez\***

\*Iglesia parroquial de San Pablo de Zaragoza, C/San Pablo, 42, 50003 Zaragoza. [sggzaragoza@gmail.com](mailto:sggzaragoza@gmail.com).

**Resumen**

*En el año 2001 la iglesia de San Pablo de Zaragoza fue declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad por ser uno de los mejores ejemplos del arte mudéjar aragonés. La parroquia de San Pablo se constituyó a mediados del siglo XIII y, desde entonces, su arquitectura y su patrimonio fueron ampliándose y enriqueciéndose a lo largo de los siglos. Su situación en el barrio de San Pablo, sumido en los años 80 y 90 del siglo XX en un grave proceso de degradación social y urbanística, hizo que el templo fuera casi olvidado por zaragozanos y visitantes.*

*En abril de 2015 la Parroquia puso en marcha un plan de gestión turística y cultural que podemos definir como inédito en el ámbito zaragozano. La iniciativa está destinada a facilitar la visita de la iglesia y torre mudéjar, y a promover el conocimiento de su rico patrimonio como espacio abierto a diferentes actividades culturales, sin olvidar el culto y las celebraciones religiosas del templo.*

**Palabras clave:** arte mudéjar, arquitectura, Patrimonio Mundial, gestión del patrimonio, actividades turísticas.

**Soporte:** Congresos de la Universitat Politècnica de València

**Fecha:** 21-23 de noviembre 2019

**Resumen del contenido:** Se trata de un artículo recogido del I Simposio anual de Patrimonio Natural y Cultural ICOMOS España donde se habla del plan de gestión turístico y cultural llevado a cabo en la iglesia de San Pablo.

**Justificación:** Se ha escogido este artículo como documentos que muestra la relevancia de la Iglesia de San Pablo, monumento Patrimonio de la Humanidad y principal símbolo de identidad del barrio, sobre el que se articulan diversas propuestas de gestión cultural.


### 3.-Identidad de marca

La identidad de marca del Barrio de San Pablo ha sido creada por el Plan Integral del Casco Histórico como espacio especializado en actividades artesanales, culturales y de ocio relacionadas con la música, siendo la calle Las Armas y la calle Casta Álvarez el núcleo principal.

### 4.-Imagen de marca

- El barrio de San Pablo tiene una gran cantidad de patrimonio cultural.
- Existen numerosos equipamientos y programas culturales que fomentan el desarrollo cultural, la participación y cohesión social.
- Destacan el carácter comercial de pequeños talleres y las actividades artesanales en relación con el arte y la música.
- Marcado sentido de barrio de acusada multiculturalidad y participación de entramado asociativo y vecinal.


### 5.-Breve informe de coincidencias y desajustes entre la identidad de marca y la imagen de marca



**TRAVELSUPERVISORS**  
19 DE AGOSTO DE 2018 A LAS 12:37 PM

RESPONDER

La verdad que comparado con unos años atrás está quedando muy bien (aún creo que le falta un poco para “estar de moda” jejeje). El street art siempre ayuda a lucir en una ciudad y a hacer que la gente visite esos puntos especiales



UMM  
2021-07-22 09:44:22

Que yo recuerde, el problema viene de hace muchísimos años, hace 40 por la calle Pignatelli y alrededores no se podía pasar. Al otro lado de Conde Aranda, el barrio de San Pablo, fue degradándose más y más. No fueron los alcaldes socialistas, ni el de ZEC.

El barrio de San Pablo ha mejorado muchísimo, hay problemas, hay calles donde se pasa droga, pero también hay mucha inversión municipal y zonas donde muchos zaragozanos vamos a disfrutar de un concierto al aire libre, por ejemplo.

La identidad de marca como barrio especializado en las artes existe, y la gente es consciente de que se está trabajando por la mejora de la situación. No obstante, esta imagen se

ve solapada en muchas ocasiones por las opiniones negativas acerca de la degradación y situación de delincuencia. A través de esta imagen, San Pablo se percibe como un barrio de oportunidades, aunque todavía descuidado y falta de más proyectos que den solución a esta situación.

## **6.- Propuesta de posicionamiento o reposicionamiento, según el caso**

Nuestro propósito es reposicionar la identidad de marca del barrio como lugar de gran valor patrimonial, haciendo énfasis en lo etnológico y multicultural. De esta manera se refuerza la imagen anterior del barrio como espacio especializado en actividades artesanales, culturales y de ocio relacionadas con la música, pues queda incluido en nuestra premisa. No obstante, con este reposicionamiento, se pretende buscar una imagen más favorable del barrio, que en los últimos años se advierte como lugar peligroso y descuidado.

Para lograr este reposicionamiento, se ha creado un plan de comunicación que consiste en la creación de un logo corporativo, una página web y otras redes sociales como Facebook e Instagram donde se difundirá información sobre la historia del barrio y su valor patrimonial, sus habitantes, y su carácter artesanal y popular. También se expondrá el proyecto y se harán carteles promocionales que publicitarán el proyecto en colegios, centros municipales y asociaciones vecinales, de manera que atraigan a los vecinos a participar de este. Por último, se realizarán una presentación en los que se inviten a profesionales de la universidad de Zaragoza en la materia del patrimonio cultural, la pedagogía y el trabajo social, así como autoridades del Ayuntamiento de Zaragoza o la casa de las culturas que puedan interesarse en el proyecto y participar de él.

### **6.1.-La identidad de marca que se propone se sustenta en los siguientes atributos**

- El alto valor patrimonial del barrio.
- La amplia oferta cultural y comunitaria.
- La interculturalidad del barrio como otro de los valores.

## 7.-Creación de contenidos concretos para acciones de comunicación

### 7.1. Logotipo de la marca

El logotipo de nuestra marca se forma por la silueta de la iglesia de San Pablo que queda “enganchada” por unas manos enlazadas de diferentes etnias y el nombre del proyecto. Este logo será incluido en todas nuestras publicaciones y elementos de comunicación.



### 7.2. Página web propia



Apartados:

1. **Página inicial:** logo del proyecto, diferentes apartados, contacto por otras redes sociales y dos imágenes representativas del barrio: la iglesia y las fiestas del barrio.
2. **Quienes somos:** Hablamos de nuestra empresa, a qué nos dedicamos, nuestros objetivos y valores como empresa, así como los proyectos a los que nos dedicamos.
3. **El proyecto:** En este apartado se explica brevemente el proyecto *Enganchados al patrimonio*, sus objetivos, líneas de estrategia y se mencionan proyectos similares que han resultado exitosos.
4. **El barrio:** Se expone por qué se ha escogido el barrio de San Pablo como lugar donde llevar a cabo el proyecto. Se menciona una breve historia del barrio y valor patrimonial que tiene mostrando imágenes. A su vez, se destaca la labor cultural y cooperativa de asociaciones vecinales y otras organizaciones.



5. **Actividades:** Al clicar esta la pestaña se abre una nueva donde puede seleccionar información de las diferentes actividades que se llevan a cabo en el proyecto. En el aula expone acerca de la actividad “Mesa redonda del patrimonio” y del contenido del programa educativo. Itinerario didáctico muestra la actividad “Conócete, conócelo” y los monumentos, equipamientos culturales, comercios tradicionales y arte mural del festival Asalto que se visitarán. Por último, en el apartado de talleres, aparece información acerca de los tres talleres que se realizarán durante el proyecto.



### **7.3. Redes Sociales:**

Facebook: información más detallada de la marca y actualidad de la misma destinado a un público de mediana edad.

Instagram: Información visual mediante imágenes y fotografías publicadas por la marca y por los usuarios mediante menciones y hashtag, enfocado a un público más joven.

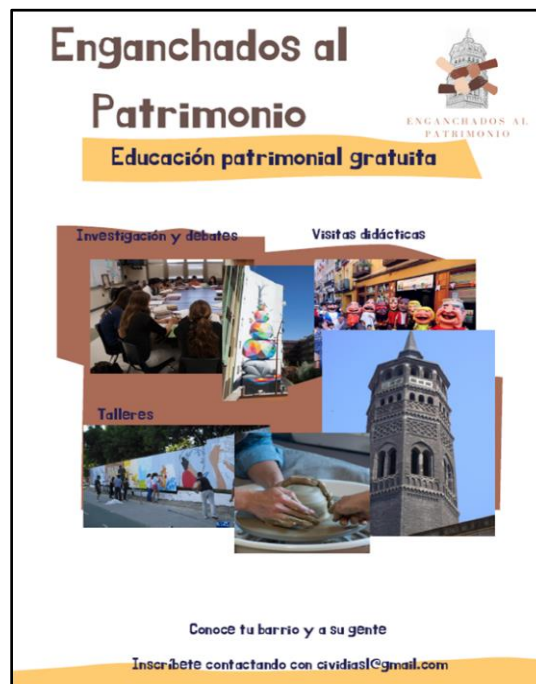
TikTok: Se publicarán vídeos sobre las actividades que se irán realizando en clase. Serán los alumnos quienes decidan el contenido que se creará para esta red social.

### **7.4. Carteles publicitarios**

#### **Difusión:**

1. Ponernos en contacto con las cuentas de instagram de Zaragoza sobre Agenda Cultural y ocio: como enjoyzaragoza o zaragoza\_plan, para que incluyesen nuestra información en su plataforma.

2. Carteles publicitarios en centros cívicos, colegios, casas de juventud del barrio de San Pablo.



3. Contactar con profesionales del sector del patrimonio cultural de la Universidad de Zaragoza y otros posibles interesados como la Fundación Federico Ozanam, posibles stakeholders del proyecto. Cartel publicitario de la conferencia:





## Anexo 6.8. Presupuestos

## Tu empresa

## BALANCE DE SITUACIÓN

	ANUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>ACTIVO</b>													
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>836,00</b>	<b>1.078,00</b>	<b>1.056,00</b>	<b>1.034,00</b>	<b>1.012,00</b>	<b>990,00</b>	<b>968,00</b>	<b>946,00</b>	<b>924,00</b>	<b>902,00</b>	<b>880,00</b>	<b>858,00</b>	<b>836,00</b>
I. Inmovilizado intangible	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Inmovilizado Intangible	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Amortización Acumulada de Inmovilizado Intangible	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Inmovilizado material	836,00	1.078,00	1.056,00	1.034,00	1.012,00	990,00	968,00	946,00	924,00	902,00	880,00	858,00	836,00
1. Inmovilizado Material	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
2. Amortización Acumulada de Inmovilizado Material	-264,00	-22,00	-44,00	-66,00	-88,00	-110,00	-132,00	-154,00	-176,00	-198,00	-220,00	-242,00	-264,00
III. Inversiones inmobiliarias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>4.289,50</b>	<b>36.390,50</b>	<b>33.381,00</b>	<b>30.322,75</b>	<b>27.388,25</b>	<b>24.328,50</b>	<b>21.394,00</b>	<b>19.104,50</b>	<b>16.815,00</b>	<b>13.880,50</b>	<b>10.946,00</b>	<b>7.224,00</b>	<b>4.289,50</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Existencias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudores comerciales y otras ctas a cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Clientes, empresas del grupo, y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Deudores varios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Personal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Activos por impuesto corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Otros créditos con las AAPP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Accionistas (socios) por desemb. exigidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	4.289,50	36.390,50	33.381,00	30.322,75	27.388,25	24.328,50	21.394,00	19.104,50	16.815,00	13.880,50	10.946,00	7.224,00	4.289,50
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>5.125,50</b>	<b>37.468,50</b>	<b>34.437,00</b>	<b>31.356,75</b>	<b>28.400,25</b>	<b>25.318,50</b>	<b>22.362,00</b>	<b>20.050,50</b>	<b>17.739,00</b>	<b>14.782,50</b>	<b>11.826,00</b>	<b>8.082,00</b>	<b>5.125,50</b>

## Tu empresa

## BALANCE DE SITUACIÓN

	ANUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>5.125,50</b>	<b>37.468,50</b>	<b>34.437,00</b>	<b>31.356,75</b>	<b>28.400,25</b>	<b>25.318,50</b>	<b>22.362,00</b>	<b>20.050,50</b>	<b>17.739,00</b>	<b>14.782,50</b>	<b>11.826,00</b>	<b>8.082,00</b>	<b>5.125,50</b>
A-1) Fondos propios	5.125,50	37.468,50	34.437,00	31.356,75	28.400,25	25.318,50	22.362,00	20.050,50	17.739,00	14.782,50	11.826,00	8.082,00	5.125,50
I. Capital	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
VII. Resultados del ejercicio	2.125,50	34.468,50	31.437,00	28.356,75	25.400,25	22.318,50	19.362,00	17.050,50	14.739,00	11.782,50	8.826,00	5.082,00	2.125,50
<b>A-2) Ajustes por cambios de valor.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.Deudas con entidades de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.Acreeedores por arrendamiento financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.Obligaciones y otros valores negociables	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.Deudas con entidades de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.Acreeedores por arrendamiento financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.Acreeedores varios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4.Personal (remuneraciones pdtes de pago)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6.Otras deudas con las Administraciones Públicas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)</b>	<b>5.125,50</b>	<b>37.468,50</b>	<b>34.437,00</b>	<b>31.356,75</b>	<b>28.400,25</b>	<b>25.318,50</b>	<b>22.362,00</b>	<b>20.050,50</b>	<b>17.739,00</b>	<b>14.782,50</b>	<b>11.826,00</b>	<b>8.082,00</b>	<b>5.125,50</b>

## Tu empresa

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	ANUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>A) OPERACIONES CONTINUADAS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. Importe neto de la cifra de negocios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
a) Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b) Prestaciones de servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fat	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
a) Consumo de mercaderías	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b) Consumo de materias primas y otras materias consum.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
c) Trabajos realizados por otras empresas.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprov.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Otros ingresos de explotación	50.000,00	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado	50.000,00	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Gastos de personal	-38.880,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00	-2.700,00	-2.700,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00	-3.348,00
a) Sueldos, salarios y asimilados	-28.800,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00	-2.480,00
b) Cargas sociales	-10.080,00	-868,00	-868,00	-868,00	-868,00	-868,00	-868,00	-700,00	-700,00	-868,00	-868,00	-868,00	-868,00
c) Provisiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Otros gastos de explotación	-8.022,00	-672,00	-672,00	-737,00	-572,00	-739,00	-572,00	-360,00	-360,00	-572,00	-572,00	-1.622,00	-572,00
a) Servicios exteriores	-7.554,00	-572,00	-572,00	-737,00	-572,00	-671,00	-572,00	-260,00	-260,00	-572,00	-572,00	-1.622,00	-572,00
b) Tributos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
d) Otros gastos de gestión corriente	-468,00	-100,00	-100,00	0,00	0,00	-68,00	0,00	-100,00	-100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8. Amortización del inmovilizado	-264,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00	-22,00
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10. Excesos de provisión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+11)</b>	<b>2.834,00</b>	<b>45.958,00</b>	<b>-4.042,00</b>	<b>-4.107,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-4.109,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-3.082,00</b>	<b>-3.082,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-4.992,00</b>	<b>-3.942,00</b>
12. Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13. Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14. Variación de valor razonable en instrumentos financ.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15. Diferencias de cambio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16. Deterioro y resultado por enajenación de instr.financ.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>2.834,00</b>	<b>45.958,00</b>	<b>-4.042,00</b>	<b>-4.107,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-4.109,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-3.082,00</b>	<b>-3.082,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-3.942,00</b>	<b>-4.992,00</b>	<b>-3.942,00</b>

## **ANÁLISIS FINANCIERO**

### **ACTIVO**

**Inmovilizado material:** 11 tablets (11\*100€) = 1100€

**Activo corriente:** 1900€ en efectivo

### **PATRIMONIO NETO**

**Capital:** 3000€ aportados por un socio

### **INGRESOS**

**Ingresos:** Subvención del Gobierno de Aragón de 50.000€

### **GASTOS**

**GASTOS DE PERSONAL: 38.880€**

**Sueldos, salarios y asimilados: 28.800€**

Historiador 14.400€

Administrativo 9.600€

Profesor 4.800€

**Cargas sociales: 10.080€**

**OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN: 8.022€**

**Servicios exteriores: 7.554€**

Aula: 3.120€

Mesas coworking: 3.120€

Visita iglesia: 155€

Festival Asalto: 93€

Taller artesanía: 1.050€

**Otros gasto de gestión corriente: 468€**

Publicidad 400€

Transporte 68€

**AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO: 264€**

**GASTOS TOTAL ANUAL: 47.166€**

**Con el cierre del ejercicio, se obtendrá un beneficio de 1.125'50€**

## Tu empresa

## BALANCE DE SITUACIÓN

	ANUAL
<b>ACTIVO</b>	
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>836,00</b>
I. Inmovilizado intangible	0,00
1. Inmovilizado Intangible	0,00
2. Amortización Acumulada de Inmovilizado Intangible	0,00
II. Inmovilizado material	836,00
1. Inmovilizado Material	1.100,00
2. Amortización Acumulada de Inmovilizado Material	-264,00
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>4.289,50</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	0,00
III. Deudores comerciales y otras ctas a cobrar	0,00
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	0,00
2. Clientes, empresas del grupo, y asociadas	0,00
3. Deudores varios	0,00
4. Personal	0,00
5. Activos por impuesto corriente	0,00
6. Otros créditos con las AAPP	0,00
7. Accionistas (socios) por desemb. exigidos	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	4.289,50
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>5.125,50</b>

## Tu empresa

## BALANCE DE SITUACIÓN

	ANUAL
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>0,00</b>
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>5.125,50</b>
A-1) Fondos propios	5.125,50
I. Capital	3.000,00
VII. Resultados del ejercicio	2.125,50
<b>A-2) Ajustes por cambios de valor.</b>	<b>0,00</b>
<b>A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>0,00</b>
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00
II. Deudas a largo plazo	0,00
2. Deudas con entidades de crédito	0,00
3. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables	0,00
2. Deudas con entidades de crédito	0,00
3. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	0,00
1. Proveedores	0,00
3. Acreedores varios	0,00
4. Personal (remuneraciones pdtes de pago)	0,00
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)</b>	<b>5.125,50</b>

## Tu empresa

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	ANUAL
<b>A) OPERACIONES CONTINUADAS</b>	<b>-</b>
1. Importe neto de la cifra de negocios	0,00
a) Ventas	0,00
b) Prestaciones de servicios	0,00
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00
4. Aprovisionamientos	0,00
a) Consumo de mercaderías	0,00
b) Consumo de materias primas y otras materias consum.	0,00
c) Trabajos realizados por otras empresas.	0,00
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprov.	0,00
5. Otros ingresos de explotación	50.000,00
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	0,00
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado	50.000,00
6. Gastos de personal	-38.890,00
a) Sueldos, salarios y asimilados	-28.800,00
b) Cargas sociales	-10.090,00
c) Provisiones	0,00
7. Otros gastos de explotación	-8.022,00
a) Servicios exteriores	-7.554,00
b) Tributos	0,00
d) Otros gastos de gestión corriente	-468,00
8. Amortización del inmovilizado	-264,00
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero	0,00
10. Excesos de provisión	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado	0,00
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)</b>	<b>2.834,00</b>
12. Ingresos financieros	0,00
13. Gastos financieros	0,00
14. Variación de valor razonable en instrumentos financ.	0,00
15. Diferencias de cambio	0,00
16. Deterioro y resultado por enajenación de instr.financ.	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)</b>	<b>0,00</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>2.834,00</b>
17. Impuesto sobre beneficios	-708,50
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERAC</b>	<b>2.125,50</b>
<b>B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>	
18. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)</b>	<b>2.125,50</b>

## Anexo 6.9. Evaluación.

## Rúbrica

Calificaciones/Puntuaciones					
ITEM a Evaluar	3	2	1	0	%
<b>Cumplimiento de los objetivos</b>	Se ha logrado la inclusión social de los participantes en la cultura y vida comunitaria del barrio mediante la educación patrimonial. Se ha conseguido sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia del patrimonio y su cuidado y ha aumentado la participación de estos en otras ofertas culturales. Se ha fortalecido la identidad del barrio, siendo esta más multicultural e inclusiva.	Se ha notado mejoría en la inclusión social de los participantes en la cultura y vida comunitaria del barrio. Se ha conseguido sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia del patrimonio y su cuidado y comienza a haber participación de estos en otras ofertas culturales.	Se ha notado mejoría en la inclusión social de los participantes en la cultura y vida comunitaria del barrio, pero no se ha conseguido sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia del patrimonio y su cuidado o viceversa.	No ha habido avances en la inclusión social de los participantes en la cultura y vida comunitaria del barrio ni se ha conseguido sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia del patrimonio y su cuidado	
<b>Plan de comunicación</b>	Se ha conseguido reposicionar la imagen de marca del barrio como lugar de gran valor patrimonial y multicultural, y se ha reforzado la imagen anterior de barrio especializado en las artes y la música.	Se ha notado mejoría en el reposicionamiento de la imagen de marca como lugar de gran valor patrimonial y multicultural, y se ha reforzado la imagen anterior del barrio como lugar especializado en las artes y la música	No se ha logrado reposicionar la imagen de marca, pero sí se ha logrado reforzar la imagen anterior del barrio como lugar especializado en las artes y la música.	La comunicación no ha sido suficiente como para reposicionar la imagen de marca del barrio, que sigue siendo desfavorable.	
<b>Contenido adecuado</b>	El contenido ha sido el adecuado para alcanzar los objetivos. El contenido ha sido adecuado a los grupos de destinatarios. El contenido ha sido adecuado a la identidad de nuestra organización. Se han tratado todos los contenidos.	El contenido ha sido adecuado y comienzan a alcanzarse los objetivos. El contenido ha sido adecuado a los grupos destinatarios. Se han tratado todos los contenidos.	Se han tratado todos los contenidos, pero no han sido adecuados para alcanzar los objetivos ni ha sido adecuado a los grupos de destinatarios.	El contenido no ha sido adecuado ni se ha ajustado a los valores del proyecto o de la empresa, por lo que no se ha logrado alcanzar los objetivos.	
<b>Cumplimiento de las líneas estratégicas</b>	Se ha prestado atención a las ODS y se ha integrado el proyecto a los habitantes del barrio siendo estos partícipes del propio proyecto.	Se ha prestado atención a las ODS y se ha integrado el proyecto en algunos habitantes del barrio siendo estos partícipes del propio proyecto.	Se ha prestado atención a las ODS y se ha integrado el proyecto en asociaciones del barrio, pero los vecinos no han querido ser partícipes del proyecto.	No ha sido posible el cumplimiento de los ODS ni la integración de los habitantes del barrio en el proyecto, del cual no han participado.	
<b>Actividades</b>	Las actividades han sido adecuadas para alcanzar los objetivos. Han sido adecuadas para nuestros recursos. Han sido adecuadas para el grupo de destinatarios. Se han llevado a cabo de acuerdo con los criterios previstos.	Las actividades han sido adecuadas para alcanzar los objetivos. Han sido adecuadas para nuestros recursos y nuestro grupo de destinatarios pero se han modificado los criterios previstos.	Las actividades han sido adecuadas para nuestros recursos y destinatarios. Se han llevado a cabo de acuerdo con los criterios previstos pero no se han alcanzado los objetivos	Las actividades no han sido adecuadas para alcanzar los objetivos, nuestros recursos y destinatarios no eran los adecuados.	

<b>Equipo humano</b>	El equipo está bien definido en cuanto a perfiles y funciones. Buena coordinación entre el equipo. Realización de reuniones periódicas. recaudación y obtención de información. Buena relación y coordinación con otras instituciones.	El equipo está bien definido en cuanto a perfiles y funciones. Buena coordinación entre el equipo. Realización de reuniones periódicas, recaudación y obtención de información.	El equipo está bien definido en cuanto a perfiles y funciones. Buena coordinación entre el equipo. No se realizó el seguimiento de información necesaria. No hubo una buena coordinación con las instituciones.	El equipo está bien definido en cuanto a perfiles y funciones. No hubo una buena coordinación en el equipo ni con las instituciones. No se realizó el seguimiento de la información necesaria.	
<b>Gestión económica</b>	Se cumplió el presupuesto: ingresos y gastos previstos. Se supo reaccionar ante desvíos presupuestarios. El modelo de gestión fue el adecuado. El mantenimiento de los materiales e infraestructuras fue el previsto.	Se cumplió el presupuesto: ingresos y gastos previstos. Se supo reaccionar ante desvíos presupuestarios. El modelo de gestión fue el adecuado. El mantenimiento de los materiales e infraestructuras no fue el previsto	Se cumplió el presupuesto: ingresos y gastos previstos. Se supo reaccionar ante desvíos presupuestarios. Pero el modelo de gestión no fue el correcto.	No se cumplieron los presupuestos ni se supo reaccionar ante desvíos presupuestarios.	

## Modelo de encuesta de evaluación del proyecto

**1. ¿Te ha parecido apropiado el contenido dado en clase?\***

Siendo 5 la máxima puntuación y 1 el mínimo

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

**2. ¿Te han parecido satisfactorias las visitas didácticas?\***

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

**3. ¿Te parecen suficientes los talleres seleccionados?\***

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

**4. ¿Estas contento/a con la actuación del profesor?\***

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

**5. ¿Te ha parecido correcto el trato de los participantes externos?\***

Las posibilidades corresponden a los guías de las visitas, talleres y charlas con los vecinos.

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

**6. ¿Recomendarías el proyecto a los demás?\***

★	★	★	★	★
1	2	3	4	5

Sugerencias